



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
EXCLUSIVA DE ZU LECHE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA  
DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

**AUTOR:** MONCAYO Y., Jorge Estuardo  
VALLEJO B., Luz Marina

**DIRECTOR:** Dr. LARA, Eduardo.

**IBARRA, ENERO, 2014**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

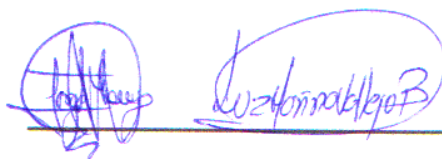
El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de creación de una microempresa que distribuye y comercialice productos lácteos ecuatorianos de calidad, ubicada en la ciudad de Ibarra con cobertura local inicialmente, para a futuro expandirse a la región norte del país. Los hallazgos de la presente investigación se resumen en: En el diagnóstico aplicado al entorno del proyecto, se determinó la ubicación geográfica del área de investigación, la situación socio económica de la provincia de Imbabura, mediante sus principales actividades productivas, además los aspectos socio y principalmente conocer una pequeña reseña histórica de la empresa proveedora del producto a comercializar, resultando aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. El estudio de mercado confirma la aceptación del producto por ser de consumo masivo, y en la dieta diaria de toda la población por lo tanto la factibilidad tiene una buena probabilidad de éxito, basada en el crecimiento de tiendas, abastos del cantón, pues serán los principales clientes. El estudio técnico, desde la macrolocalización, microlocalización, ubicación óptima de la microempresa, designada así al sector de Yacucalle, por encontrarse en el centro del cantón; además las inversiones requeridas tanto humanas como materiales, llegando a determinar el capital de trabajo. Así mismo el estudio está avalado por un adecuado análisis financiero utilizando los evaluadores más pertinentes que demuestran la factibilidad de la propuesta. Finalmente se evaluaron los posibles impactos que se espera de la implantación del proyecto son: económico, social, ético, empresarial, educativo y ambiental, para lo cual se utiliza una matriz de impactos, estructurada con indicadores, valorados de acuerdo a los criterios.

## SUMMARY

The present study aims to determine the feasibility of creating a small business that distributes and markets quality products Ecuadorian dairy , located in the city of Ibarra initially with local coverage for future expansion to the north of the country . The findings of this research are summarized as follows: In the diagnosis applied to the project environment , the geographic location of the research area was determined by the socioeconomic situation Imbabura province , through its main productive activities, and socio aspects and mainly found a small historical review of the company providing the product to market , resulting allies, opponents, opportunities and risks. Market research confirms the acceptance of the product to be consumer , and in the daily diet of all people so the feasibility has a good chance of success , based on the growth of stores , supplies the canton , as will be major customers. The technical study , from macrolocalización, microlocalization, optimal placement of the micro-enterprise sector so designated Yacucalle, to be in the center of the county , plus the investments required both human and material , reaching determine working capital . Likewise, the study was supported by a proper financial analysis using the most appropriate reviewers demonstrating the feasibility of the proposal. Finally we evaluated the potential impacts expected from the implementation of the project are : economic , social , ethical, business, education and environmental , for which an impact matrix , structured indicators are evaluated according to the criteria used .

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, JORGE ESTUARDO MONCAYO YÉPEZ, con C.I. Nro. 100288558-8; y LUZ MARINA VALLEJO BASTIDAS con C.I. Nro. 100193320-7,, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EXCLUSIVA DE ZU LECHE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las referencias bibliográficas consultadas que se incluye en este documento.

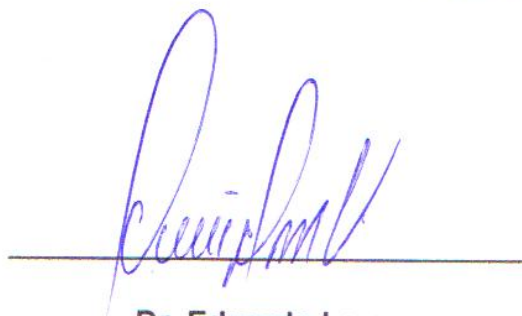


**FIRMA**

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la JORGE ESTUARDO MONCAYO YÉPEZ; y LUZ MARINA VALLEJO BASTIDAS, para optar por el Título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EXCLUSIVA DE ZU LECHE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de enero de 2014.



**Dr. Eduardo Lara**  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotros, JORGE ESTUARDO MONCAYO YEPEZ, con C.I. Nro. 100288558-8; y LUZ MARINA VALLEJO BASTIDAS, con C.I. Nro. 100193320-7 manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EXCLUSIVA DE ZU LECHE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

**Jorge Estuardo Moncayo.**  
Cédula: 100288558-8

**Luz Marina Vallejo.**  
Cédula: 100193320-7

Ibarra, a los 30 días del mes de enero de 2014.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EXCLUSIVA DE ZU LECHE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA” determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100288558-8 100193320-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MONCAYO YÉPEZ JORGE ESTUARDO VALLEJO BASTIDAS LUZ MARINA		
DIRECCIÓN:			
EMAIL:			
TELÉFONO FIJO:	062545831	TELÉFONO MOVIL:	0994766860
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EXCLUSIVA DE ZU LECHE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR (ES):	MONCAYO YÉPEZ JORGE ESTUARDO VALLEJO BASTIDAS LUZ MARINA		
FECHA:	30 de enero 2014		
PROGRAMA	<input type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría.		
ASESOR/ DIRECTOR:	Dr. Eduardo Lara.		



## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, JORGE ESTUARDO MONCAYO YÉPEZ, con C.I. Nro. 100288558-8; y LUZ MARINA VALLEJO BASTIDAS, con C.I. Nro. 100193320-7, en calidad de autor(es) y titular(es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo.144

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta(n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de enero de 2014.

### AUTORES



**Jorge Moncayo**  
C.I. Nro. 100288558-8;



**Luz Marina Vallejo**  
C.I. Nro. 100193320-7

### ACEPTACIÓN



**Ing. Betty Chávez**  
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario



## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo, a mis padres María y Luis por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores y por su motivación constante que me ha permitido llegar a ser una persona de bien.

**Jorge Estuardo Moncayo Yépez.**

Dedico este trabajo, a mis hijas Luz Dary y María Belén por ser la motivación de mi vida, a mis padres Hugo y Beatriz que son el más grande ejemplo de lucha y constancia, porque sin su apoyo no hubiera alcanzado este logro tan importante en mi vida, gracias por creer en mí.

**Luz Marina Vallejo Bastidas**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar damos gracias a Dios por habernos dado la fuerza y el valor, para culminar esta etapa importante en nuestras vidas.

Agradecemos el apoyo incondicional brindado, por parte de nuestros padres.

Al Dr. Eduardo Lara, Director de Tesis, por toda la colaboración brindada durante la elaboración de este proyecto, destacando por encima de todo su disponibilidad y paciencia, ya que con su aporte, sus conocimientos y experiencia hemos logrado terminar con éxito este proyecto.

A mi querido compañero y amigo Jorge por compartir desde el inicio esta etapa universitaria y ser siempre un amigo incondicional, gracias por tu apoyo, y por darme fuerza y valor para la culminación de nuestra carrera.

A mi querida compañera y amiga Luz Marina, ya que con cada una de sus aportaciones hicieron posible este proyecto, y por la gran calidad humana que ha demostrado todo este tiempo con su amistad.

Y gracias a todas aquellas personas que indirectamente brindaron su ayuda en este proyecto

**Luz Marina Vallejo Bastidas**

**Jorge Estuardo Moncayo Yépez.**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xx
PRESENTACIÓN.....	xxiii
Importancia .....	xxv
Factibilidad.....	xxv
Beneficiarios .....	xxvi
Interés Personal.....	xxvi
Originalidad del Proyecto .....	xxvi
OBJETIVOS.....	xxvii
Objetivo General .....	xxvii
Objetivos Específicos.....	xxvii
 <b>CAPÍTULO I.....</b>	 29
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....</b>	<b>29</b>
ANTECEDENTES.....	29
OBJETIVOS.....	31
General .....	31
Específicos.....	32
Variables Diagnósticas .....	32
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	34

ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	35
Aspectos Geográficos .....	35
Límites.....	35
Clima.....	35
Superficie y Extensión Territorial.....	35
Relieve .....	36
Estructura Política – Administrativa.....	36
Aspectos Socio Económicos.....	36
Aspectos Demográficos .....	38
Población Provincial Total .....	38
Reseña Histórica .....	39
Determinación de oportunidades, riesgos, aliados y oponentes .....	40
Aliados .....	40
Oponentes.....	40
Oportunidades.....	41
Riesgos .....	41
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN .....	41
 <b>CAPÍTULO II .....</b>	 43
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	43
LA MICROEMPRESA .....	43
Constitución de la microempresa.....	43
Nombre o razón social .....	43
Misión .....	44
Visión .....	45
Valores del negocio.....	45
Políticas.....	45
Organigrama .....	46
Manual de la Organización.....	46
LA LECHE .....	46
Composición química .....	47
Características físicas de la leche.....	48

PROYECTOS .....	48
Importancia de los proyectos .....	49
CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS .....	51
Pre inversión .....	51
Inversión .....	52
Operación .....	53
Evaluación de Resultados .....	53
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	54
ESTUDIO DE MERCADO .....	54
Demanda .....	55
Oferta .....	55
Precio .....	55
ESTUDIO TÉCNICO .....	56
ESTUDIO ECONÓMICO .....	56
MARKETING .....	56
MARKETING MIX .....	57
Producto .....	57
Precio .....	57
Promoción .....	58
Distribución (place) .....	58
ADMINISTRACIÓN .....	59
FUNCIONES ADMINISTRATIVA .....	59
Planeación .....	60
Organización .....	60
Dirección .....	60
Control .....	61
CONTABILIDAD .....	61
Objetivo .....	62
Importancia .....	62
CAPITAL DE TRABAJO .....	62
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA .....	63
Valor Actual Neto (VAN) .....	63

Tasa interna de retorno .....	63
COSTO BENEFICIO .....	64
PERIODO DE RECUPERACIÓN .....	64
PUNTO DE EQUILIBRIO .....	65
COMERCIALIZACIÓN .....	65
Proceso de comercialización .....	66
Canales de comercialización .....	66
 <b>CAPÍTULO III</b> .....	 67
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	67
Introducción del Estudio de Mercado .....	67
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	67
General .....	67
Específicos .....	67
VARIABLES .....	68
INDICADORES DE LAS VARIABLES .....	68
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA DE MERCADO .....	70
La segmentación cuantitativa de la población .....	71
Población .....	71
Muestra .....	71
Mercado Meta .....	72
Resultados Obtenidos .....	72
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES .....	72
Oferta .....	84
Análisis de la Oferta .....	84
Comportamiento histórico de la Oferta .....	84
Proyección de la Oferta .....	86
Demanda .....	87
Comportamiento histórico de la Demanda. ....	87
Proyección de la Demanda .....	88
Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	90
COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN .....	91

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	94
ESTRATEGIAS CON RELACIÓN A LA PROMOCIÓN .....	94
CONCLUSIÓN .....	95
 <b>CAPÍTULO IV</b> .....	 97
<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	97
MACRO LOCALIZACIÓN .....	97
MICRO LOCALIZACIÓN.....	98
UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA .....	99
Vías de comunicación.....	99
Disponibilidad de mano de obra.....	100
Disponibilidad de servicios básicos.....	100
Factores ambientales.....	100
PRODUCTOS ZUU LECHE A DISTRIBUIR .....	100
Leche ultrapasteurizada UHT. ....	100
ASPECTOS DE INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	105
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	105
Inversiones Fijas .....	105
Muebles y Enseres .....	105
Equipo de Computación.....	106
Maquinaria y Equipo .....	106
Cámara frigorífica. ....	106
Costos de Ventas.....	107
Gastos Administrativos .....	107
Gastos de Constitución.....	107
Sueldo Administrativo .....	108
Asesoría Contable .....	108
Suministros de Oficina .....	109
Servicios Básicos.....	109
Gasto Arriendo.....	109
Gastos de Ventas .....	110
Sueldo en Ventas.....	110



Gasto Transporte por Distribución de los Productos .....	110
Gasto Publicidad .....	111
Capital de Trabajo .....	112
 <b>CAPÍTULO V</b> .....	 113
<b>ESTRUCTURA ORGÁNICA Y ADMINISTRATIVA</b> .....	113
LA MICROEMPRESA .....	113
LOGOTIPO.....	113
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	114
Patente y el permiso del municipio .....	114
Permiso de Cuerpo de Bomberos .....	114
Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud .....	115
Misión .....	115
Visión .....	115
VALORES CORPORATIVOS DE LA MICROEMPRESA.....	116
POLÍTICAS GENERALES.....	116
ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	117
ORGÁNICO FUNCIONAL .....	117
 <b>CAPÍTULO VI</b> .....	 121
<b>ESTUDIO ECONÓMICO</b> .....	121
INVERSIONES DEL PROYECTO.....	121
INGRESOS POR VENTAS .....	121
Volumen de Ventas (en unidades) .....	121
Precio de venta .....	121
Venta Neta .....	122
COSTO DE VENTA.....	122
GASTOS OPERACIONALES.....	123
Gastos Administrativos.....	123
Gasto arriendo, Suministros de oficina, y servicios básicos.....	124
Depreciación .....	124
Gastos de Ventas.....	126

Gastos Financieros .....	127
Gasto Interés .....	128
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....	129
Estado de Resultado Proforma .....	129
Flujo de Caja.....	130
Estado de Situación Inicial Proforma .....	130
EVALUACIÓN FINANCIERA .....	131
Valor Actual Neto (VAN) .....	131
Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	133
Periodo de Recuperación .....	134
Beneficio / Costo .....	134
Punto de Equilibrio .....	135
 <b>CAPÍTULO VII</b> .....	 137
<b>ANÁLISIS DE IMPACTOS</b> .....	137
IMPACTO ECONÓMICO - SOCIAL .....	138
Incremento fuentes de trabajo. ....	138
Crecimiento productivo. ....	138
Dinamismo en la Economía. ....	139
Satisfacción de necesidades.....	139
IMPACTO ÉTICO.....	139
Transparencia.....	139
Honestidad.....	140
IMPACTO EMPRESARIAL .....	140
Creación de nuevas unidades productivas. ....	140
Rentabilidad.....	141
Servicio y atención al cliente.....	141
IMPACTO EDUCATIVO.....	141
Generación de conocimiento. ....	142
Mejorar la Salud.....	142
IMPACTO AMBIENTAL .....	142
Contaminación del ambiente.....	143

Infraestructura .....	143
Desechos tóxicos .....	143
IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO .....	143
CONCLUSIONES.....	145
RECOMENDACIONES .....	147
BIBLIOGRAFÍA .....	148
Lincografía.....	150
ANEXOS .....	151

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Mapa provincia de Imbabura .....	97
Figura N° 2 Cantón Ibarra .....	98
Figura N° 3 Plano Ibarra .....	99
Figura N° 4 Diagrama de Comercialización .....	102
Figura N° 5 Flujograma del proceso .....	104
Figura N° 6 ECUALAC .....	113
Figura N° 7 Logotipo propuesto .....	113
Figura N° 8 Organigrama Estructural .....	117

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Fases del proyecto .....	51
Gráfico N° 2 Marketing Mix Eficaz .....	58
Gráfico N° 3 La leche que más consume la población.....	73
Gráfico N° 4 De la preferencia del envase .....	74
Gráfico N° 5 De la marca de mayor preferencia .....	75
Gráfico N° 6 Del margen de utilidad.....	76
Gráfico N° 7 Del aumento de la venta de leche procesada .....	77
Gráfico N° 8 Sobre la venta del producto en envases menores. ....	78
Gráfico N° 9 Sobre las condiciones de adquisición de la leche .....	79
Gráfico N° 10 Introducción al mercado de un nuevo producto .....	80
Gráfico N° 11 Del abastecimiento del producto de primera necesidad. ...	81
Gráfico N° 12 De la factibilidad para expender el nuevo producto .....	82
Gráfico N° 13 Cantidad de Distribución .....	83
Gráfico N° 14 Zuu leche Entera .....	91
Gráfico N° 15 Zuu Leche chocolatada .....	93
Gráfico N° 16 Zuu Yogurt.....	93

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz de Relación Diagnóstica. ....	34
Cuadro N° 2 Cantones de Imbabura .....	36
Cuadro N° 3 Matriz de Relación Diagnóstica de Mercado .....	70
Cuadro N° 4 La leche que más consume la población.....	73
Cuadro N° 5 De la presentación del envase .....	74
Cuadro N° 6 De la marca de preferencia .....	75
Cuadro N° 7 Del margen de utilidad.....	76
Cuadro N° 8 Del aumento de la venta de leche procesada.....	77
Cuadro N° 9 Sobre la venta del producto en envases menores.....	78
Cuadro N° 10 Sobre las condiciones de adquisición de la leche.....	79
Cuadro N° 11 De la introducción al mercado de un nuevo producto a menor costo.....	80
Cuadro N° 12 Del abastecimiento de este producto de primera necesidad. .....	81
Cuadro N° 13 De la factibilidad para expender el nuevo producto en su negocio.....	82
Cuadro N° 14 Cantidad de distribución .....	83
Cuadro N° 15 Tabulación por años Comerciantes y Distribuidores de Lácteos.....	85
Cuadro N° 16 Determinación de la tasa de crecimiento .....	85
Cuadro N° 17 Proyección de la Oferta .....	86
Cuadro N° 18 Tabulación Abastos del Cantón Ibarra.....	87
Cuadro N° 19 Determinación de la tasa de crecimiento de Abastos del cantón Ibarra .....	87
Cuadro N° 20 Tabulación Tiendas del Cantón Ibarra.....	88
Cuadro N° 21 Determinación de la tasa de crecimiento de Tiendas del cantón Ibarra .....	88
Cuadro N° 22 Proyección de la Demanda de Abastos.....	89
Cuadro N° 23 Proyección de la Demanda Tiendas .....	89
Cuadro N° 24 Proyección de la Demanda Total.....	89
Cuadro N° 25 Determinación Demanda Insatisfecha .....	90

Cuadro N° 26 Determinación Demanda de leche en tiendas y abastos ..	90
Cuadro N° 27 Muebles y Enseres.....	105
Cuadro N° 28 Equipo de Computación .....	106
Cuadro N° 29 Maquinaria y Equipo.....	106
Cuadro N° 30 Costo de Ventas.....	107
Cuadro N° 31 Gastos de Constitución .....	108
Cuadro N° 32 Gasto Sueldos Administrativos (en dólares) .....	108
Cuadro N° 33 Gasto Servicios Profesionales (en dólares) .....	108
Cuadro N° 34 Servicios Básicos .....	109
Cuadro N° 35 Gasto Arriendo (en dólares) .....	109
Cuadro N° 36 Gastos Sueldo en Ventas (en dólares).....	110
Cuadro N° 37 Gasto Transporte en Ventas .....	111
Cuadro N° 38 Gasto Publicidad (en dólares) .....	111
Cuadro N° 39 Capital de Trabajo (en dólares) .....	112
Cuadro N° 40 Gerente .....	118
Cuadro N° 41 Bodeguero – Despachador .....	119
Cuadro N° 42 Vendedor.....	120
Cuadro N° 43 Resumen de Inversiones del Proyecto.....	121
Cuadro N° 44 Ventas Netas Proyectado para 5 años.....	122
Cuadro N° 45 Costo de Venta .....	123
Cuadro N° 46 Gasto Sueldos Administrativos (en dólares) .....	124
Cuadro N° 47 Arriendo, Suministros de Oficina y Servicios Básicos (en dólares).....	124
Cuadro N° 48 Gasto Depreciación (en dólares).....	125
Cuadro N° 49 Total Gastos Administrativos. (en dólares).....	125
Cuadro N° 50 Gastos Sueldos de Ventas (en dólares).....	126
Cuadro N° 51 Total Gastos de Ventas (en dólares).....	126
Cuadro N° 52 Tabla de Amortización mensual (en dólares) .....	127
Cuadro N° 53 Gasto Financiero (en dólares).....	128
Cuadro N° 54 Estado de Resultado Proforma (en dólares) .....	129
Cuadro N° 55 Flujo de Caja Proyectado (en dólares) .....	130
Cuadro N° 56 Balance General proforma .....	131

Cuadro N° 57 Determinación de Flujos de Efectivo Actualizados. ....	132
Cuadro N° 58 Determinación tiempo de recuperación de la inversión. ...	134
Cuadro N° 59 Costos Fijos (en dólares).....	135
Cuadro N° 60 Costos Variables (en dólares) .....	136
Cuadro N° 61 Matriz de Impactos .....	137
Cuadro N° 62 Impacto Económico – Social .....	138
Cuadro N° 63 Impacto Ético .....	139
Cuadro N° 64 Impacto Empresarial.....	140
Cuadro N° 65 Impacto Educativo .....	141
Cuadro N° 66 Impacto Ambiental .....	142
Cuadro N° 67 Impacto General del Proyecto. ....	143



## **PRESENTACIÓN**

En la actualidad los proyectos deben tener sustentabilidad y sostenibilidad en el uso adecuado de los recursos naturales y dar el valor agregado en lo económico, social y tecnológico para los involucrados.

El diseño de este proyecto es la propuesta de realizar el estudio de la factibilidad para la creación y puesta en marcha de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de la marca de leche ZU LECHE en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

En el Capítulo I, se realizará un diagnóstico situacional con la finalidad de determinar las empresas existentes dedicadas a la producción y comercialización de leche en la ciudad de Ibarra, su ubicación y su participación en el mercado, con esta información la identificación y determinación de la población a ser analizada, la misma que se obtendrá a través de la Cámara de Comercio y la Ilustre Municipalidad de Ibarra.

Para el Capítulo II se elaborará un marco teórico con la finalidad de tener un enfoque científico-técnico que viabilice la estructura del proyecto, sus bases teóricas, se tendrá los niveles conceptuales de sus diferentes componentes y sub componentes mediante la obtención de información de libros, revistas e internet y fichaje.

Con la realización de un estudio de mercado en el Capítulo III, se determinará si la viabilidad del proyecto, se detectará a los clientes potenciales; al mercado interno y externo; permitirá el estudio y análisis de la competencia, la demanda y oferta con respecto al manejo administrativo y financiero; además permitirá establecer el punto de equilibrio entre la oferta y la demanda a través de encuestas y entrevistas dirigidas al sector comercial y hogares de la venta de leche.

A través de un estudio técnico, en el Capítulo IV permitirá analizar y medir la rentabilidad que generará en la distribución y comercialización de leche

en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; Se establecerá el tamaño de la planta, su macro y micro localización, óptima que deberá tener la empresa de tal manera que contribuya a optimizar los recursos que se inviertan en el proyecto en forma sustentable y sostenible. En la ingeniería se diseñara en base a estudios el proceso de distribución y comercialización del producto, la distribución física de la planta el requerimiento de maquinaria, equipo y personal en base a la investigación a empresas similares.

La estructura organizacional será estudiada y realizada en el Capítulo V que puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos. Se utilizara mecanismos coordinadores que explican las maneras fundamentales en que se puede coordinar el trabajo. Por medio de la comunicación informal, el control y la responsabilidad, la estandarización de procesos de trabajo, la secuencia de pasos para desarrollar las actividades con la realización de flujo gramas y organigramas; La estandarización de destrezas o conocimientos consiste en preestablecer los conocimientos o habilidades de las personas se realizara a través de la descripción del cargo.

En Capítulo VI del estudio económico. En el análisis económico financiero también se establecerá las inversiones que se requieren para implementar la microempresa describiendo los activos fijos, capital de trabajo y los activos operativos que tendría la misma. Se efectuará un análisis de los costos, gastos y los ingresos (pro-forma) que tendrá la empresa en su etapa operativa. Se realizará un análisis de los estados financieros, flujo de caja, estado de resultados, que fundamenten la viabilidad económica del proyecto.

Finalmente, en el Capítulo VII, luego de todo el desarrollo de la investigación, se establecerá los posibles impactos positivos y negativos

tanto económico-social, ético, empresarial, educativo y ambiental que traerá consigo la ejecución del presente proyecto.

La realización del presente proyecto se valida en relación a los siguientes aspectos:

### **Importancia**

Los recursos naturales del país dan la oportunidad de crear nuevas alternativas empresariales activando el aparato productivo al generar fuentes de trabajo, ingresos que contribuyen al progreso de sus habitantes.

El proyecto que se pretende materializar enmarca la utilización de la leche, misma que generalmente tiene dos destinos: autoconsumo y la industria láctea. La leche es la base de numerosos productos lácteos, como la mantequilla, el queso, el yogur, entre otros. Es muy frecuente el empleo de los derivados de la leche en las industrias agroalimentarias, químicas y farmacéuticas en productos como la leche condensada, leche en polvo, caseína o lactosa.

La microempresa distribuirá y comercializará leche pasteurizada, pretendiendo satisfacer la demanda existente de este producto lácteo; de este modo se fomentará el empleo en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra contribuyendo además al desarrollo sostenible y sustentable del país.

### **Factibilidad**

La Factibilidad que se tiene para elaborar el proyecto son:

- ✓ Técnica-científica; basada en teorías científicas de elaboración de estudios de factibilidad económica – financiera, usando procedimientos para medir la confiabilidad para asignar recursos de inversionistas privados, énfasis en su presentación final.

(Sistematización de la información de cada etapa del estudio del proyecto).

- ✓ Recursos Humanos; la disponibilidad de tener el asesoramiento de catedráticos expertos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y la contingencia de los autores.
- ✓ Económico- financiero; para la elaboración del presente proyecto se cuenta recursos económicos – financieros por parte de los autores.
- ✓ En cuanto al tiempo asignado para las diferentes etapas del proyecto, especialmente para la de diagnóstico poblacional (recolección de datos), se dispondrá del apoyo logístico de familiares y amigos.

### **Beneficiarios**

Con la ejecución de este proyecto la intención es crear una microempresa para la distribución y comercialización de la marca de leche ZU LECHE y al mismo tiempo activar el aparato productivo al generar fuentes de trabajo, ingresos que contribuyen al progreso de sus habitantes.

### **Interés Personal**

La elaboración de un estudio de factibilidad de Proyectos Productivos, siendo un mecanismo que establece una interrelación de los conocimientos adquiridos en las aulas y la puesta en práctica de estos términos de competencia científica – técnicas al servicio de la sociedad.

### **Originalidad del Proyecto**

Poner en marcha una nueva empresa es esencialmente un experimento, donde intervienen varias hipótesis que sólo se pueden comprobar mediante el estudio y la experiencia. Para llevar a cabo dicho experimento se debe consolidar todas las variables sociales, económicas, técnicas y

tecnológicas que se engloban en un proyecto a ejecutarse cuya meta es producir y aprovechar continuamente nuevos conocimientos, evitar costosos errores de planificación temporal, ofrecer resultados lógicos y prácticos en la evaluación de la empresa, y, brindar una metodología para planificar basada en un conjunto creciente de información cada vez más sólida.

El presente proyecto permitirá dinamizar la economía de la zona, mejorar la calidad del servicio al introducir una nueva marca de leche, rentabilidad y sobre todo el desarrollo socio económico de esta región.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

“Realizar el estudio de la factibilidad para la creación y puesta en marcha de una microempresa dedicada a la distribución y comercialización exclusiva de ZU LECHE en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar una investigación diagnóstica que permita obtener resultados respecto a los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del medio.
- ✓ Establecer mediante investigación documental y científica la sustentación de la base teórica de este proyecto.
- ✓ Conocer el grado de aceptación que ofrece el mercado para la distribución y comercialización de ZUU LECHE en el cantón Ibarra.

- ✓ Establecer la viabilidad técnica de la microempresa, definir la ingeniería del proyecto sus parámetros que permitan altos niveles de productividad.
- ✓ Definir la estructura administrativa y organizacional dentro de la microempresa distribuidora y comercializadora.
- ✓ Realizar un análisis económico y financiero que justifique la ejecución del proyecto, respecto a su estructura, registro de costos, precios e venta, análisis de inversión, financiamiento y rentabilidad.
- ✓ Determinar los principales impactos en el ámbito Económico-Social, Ético, Empresarial, Educativo y Ambiental.

## **CAPÍTULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, conocida como la "Provincia de los Lagos" por la cantidad de lagos grandes que se encuentran dentro de la provincia, como son el lago San Pablo/ Imbakucha y las lagunas de Cuicocha, Yahuarcocha ("lago de sangre" en quichua) y Puruhanta en Pimampiro, Ecuador. La capital de la provincia es Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui y Urcuqui. Aparte de sus lagos, la provincia tiene muchos otros puntos de interés, por ejemplo los volcanes Imbabura y Cotacachi, o la Cascada de Peguche.

La provincia también es conocida por su alto porcentaje de la población indígena, particularmente de los pueblos Otavalo, Cayambe y Caranqui, y la alta calidad y diversidad de su artesanía. Además tiene dos zonas de clima subtropical: la primera cálida y seca, conocida como el Valle del Chota y las cálidas y húmedas, conocidas como la zona de Intag y la de Lita (límite con la provincia de Esmeraldas).

Ibarra, capital de la Provincia de Imbabura lleva este nombre en honor a Don Miguel de Ibarra VI Presidente de la Real Audiencia de Quito quién ordenó su Fundación por mandato del Rey Felipe de España el 28 de Septiembre de 1606. Nombre completo: Villa de San Miguel de Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. También es muy común la frase "ciudad a la que siempre se vuelve" por su fantástica naturaleza, clima



veraniego y amabilidad de sus habitantes. Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes.

Ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito. Es también parte del corredor Tulcán-Riobamba, Una megalópolis del Ecuador concentrando las ciudades de la serranía norteña la cual obtiene una población de más de 4.5 millones de habitantes incluyendo los cantones de las capitales provinciales al igual que cantones adyacentes de los cantones capitalinos provinciales.

La economía global ha cambiado, las transformaciones en la estructura de las fuerzas productivas que sustentan la economía mundial señalan la creación de una nueva sociedad postindustrial. Los países de menor desarrollo, en este escenario de cambios globales, se ven forzados a diseñar alternativas de crecimiento económico, nuestra agricultura se ha transformado ha ocurrido un importante proceso de modernización

La actividad láctea durante las últimas décadas ha tenido un desfase total en cuanto a la producción, generado por la falta de impulso en esta área agroindustrial, sin embargo impulsando un poco esta área se lograría ayudar a suplir la insuficiencia en la dieta alimenticia de la población.

Por otra parte, el consumo de leche tratada y sus derivados tiene mucha importancia en la alimentación humana, ya que permite un mayor desarrollo en los niños por su contenido proteínico y nutricional a más de otras sustancias necesarias para el buen funcionamiento del organismo, tales como vitaminas contenidas especialmente en su tejido graso.

La industrialización de la leche es un producto rentable por ser de amplia aceptación en todos los estratos sociales, por tener una alta demanda, por contar el país con las condiciones naturales, suelo, clima, vegetación, extensión geográfica aptas para la actividad pecuaria, base para la industrialización de la leche y por su facilidad de sus procesos y comercialización.

A través de la ejecución del proyecto, se generará fuentes de empleo, calidad alimenticia para la población y rentabilidad para el distribuidor y comercializador. También cabe recalcar que el proyecto ayudara a mejorar el consumo de leche, es decir cumpliendo el déficit existente entre el consumo real y el consumo requerido para una buena nutrición de las personas. El consumo nacional anual per cápita actual es de aproximadamente 95 litros, mientras que el consumo requerido y recomendado por las asociaciones de la salud es de 125 litros al año, y sobre todo el desarrollo socio-económico de esta región.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **General**

Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para la creación de una microempresa de distribución y comercialización exclusiva de Zu Leche en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

## **Específicos**

- a) Determinar la ubicación geográfica del área de investigación
- b) Conocer la situación socio económica de la provincia de Imbabura.
- c) Determinar los aspectos socio demográfico del sector en donde se implantará el proyecto.
- d) Analizar la reseña histórica de la empresa proveedora del producto a comercializar.

## **Variables Diagnósticas**

Para la realización del diagnóstico situacional se recurrirá a la información proporcionada por libros, INEC e información proporcionada por internet. Con la finalidad de brindar un mejor entendimiento y análisis se ha identificado las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

- Aspectos geográficos.
- Situación socio-económica.
- Caracterización demográfica.
- Antecedentes Históricos.

### **Variable:** Aspectos geográficos

- Ubicación
- Límites
- Clima
- Superficie

### **Variable:** Situación socio-económica

- Agricultura
- Industria
- Artesanal
- Turismo

**Variable:** Caracterización demográfica

- Estadísticas
- Grupos de edad
- Genero

**Variable:** Antecedentes Históricos

- Datos
- Personajes
- Fechas

## 1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**Cuadro N° 1 Matriz de Relación Diagnóstica.**

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación	Aspectos geográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Límites</li> <li>• Clima</li> <li>• Superficie</li> </ul>	Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)
Conocer la situación socio económica de la provincia de Imbabura.	Situación socio económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura</li> <li>• Industria</li> <li>• Artesanal</li> <li>• Turismo</li> </ul>	Primaria Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)
Determinar los aspectos socio demográfico del sector en donde se implantará el proyecto.	Caracterización demográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estadísticas</li> <li>• Grupos de edad</li> <li>• Genero</li> </ul>	Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)
Analizar la reseña histórica de la empresa proveedora del producto a comercializar.	Antecedentes Históricos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos</li> <li>• Personajes</li> <li>• Fechas</li> </ul>	Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)

**Fuente:** Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

**Elaborado por:** Los autores.

## **1.5 ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

### **1.5.1 Aspectos Geográficos**

La provincia de Imbabura fue creada el 25 de Junio de 1824, su capital es Ibarra, está ubicada al norte del territorio ecuatoriano, en la hoya occidental del Chota y sus coordenadas son de 00° 07 y 00° 52 latitud norte; 77° 48´ y 79° 12´ longitud oeste.

#### **Límites.**

Al Norte la Provincia del Carchi, al Sur la Provincia de Pichincha, al Este la Provincia de Sucumbíos y al Oeste la Provincia de Esmeraldas.

#### **Clima.**

La diversidad de pisos climáticos van desde el mesotérmico húmedo y semi húmedo hasta el páramo sobre los 3.600 metros de altitud. La cuenca del Chota posee un clima temperado y tropical. La temperatura promedio oscila entre los 8 y 28 grados centígrados.

El sector más cálido es el valle del Chota y algo menos la ciudad de Ibarra. Los más fríos están en Otavalo y Cotacachi.

La Provincia de Imbabura posee varios tipos de climas. La temperatura media anual oscila entre 9,9 °C (Estación Meteorológica Iruguincho) y 22,9 °C (Estación Meteorológica Lita). Los rangos de precipitación media anual varían entre 310,3mm (Estación Meteorológica Salinas) y 3.598mm (Estación Meteorológica Lita).

#### **Superficie y Extensión Territorial.**

La Provincia de Imbabura posee una extensión territorial de 4.611 km<sup>2</sup>, presentando una densidad de 91,51 habitantes / Km<sup>2</sup>

## **Relieve**

Es irregular, los rangos de altitud oscilan entre 600 m.s.n.m, en la parte baja del río Guayllabamba, y los 4.939 m.s.n.m, en la cima del volcán Cotacachi.

### **1.5.2 Estructura Política – Administrativa.**

La Provincia de Imbabura está formada por 6 cantones que son los siguientes:

**Cuadro N° 2 Cantones de Imbabura**

a. Ibarra
b. Antonio Ante
c. Otavalo
d. Cotacachi
e. Pimampiro
f. San Miguel de Urcuquí

**Fuente:** [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com)  
**Elaborado por:** Los autores

### **1.5.3 Aspectos Socio Económicos.**

#### ➤ Agricultura.

La agricultura que es la base de la economía de la provincia de Imbabura, ofrece productos variados: maíz, trigo, quinua, amaranto, cebada, fréjol, anís, legumbres, hortalizas, tomate de riñón, cabuya, alfalfa; frutas como: papaya, piña, caña de azúcar, ciruela, guabo, aguacate, plátano, naranja, fresa, uva, cacao y café.

#### ➤ Industria.

En Imbabura se han desarrollado algunas empresas industriales como: Cemento Lafarge, Ingenio Azucarero y Cobijas San Pedro entre otras.



➤ Artesanal.

Existe producción artesanal relacionada con la producción de panela, jabones, cremas, shampo, aguardiente, nogadas y elaboración de alimentos y bebidas.

Imbabura, como pocas Provincias de la Patria, ha fomentado el desarrollo de las artesanías; la producción de tallados, esculturas, tejidos, trabajos de cuero que tienen amplia demanda en los mercados de América y Europa. Los telares de Otavalo, en superación constante, producen nuevos y variados diseños con motivo de nuestro folklore y existe una corriente positiva de comercialización que beneficia directa e indirectamente a un amplio sector de la Provincia.

San Antonio de Ibarra es un pueblo pintoresco y trabajador; la población por generaciones ha mantenido un alto espíritu creador y artístico, transmitiendo los secretos del tallado, la escultura en madera y transformando la idea en bellas obras de arte. En San Antonio se han organizado galerías con exhibiciones permanentes.

Los tejidos de Otavalo y Peguche, las artesanías de cuero de Cotacachi, los bordados a mano de acabado perfecto de Santa María de la Esperanza, Zuleta y los trabajos de Natabuela, entre otras creaciones, enriquecen la producción de este pueblo laborioso y emprendedor.

➤ Turismo

La provincia cuenta con algunas atracciones turísticas como las fiestas tradicionales del Yamor en Otavalo, de la Jora en Cotacachi, de la Cruz en Caranqui, de las Lajas en San Antonio de Ibarra, entre otras. En todas estas hay elementos culturales propios de los pueblos indígenas.

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando los Quitus y Caranquis dominaban, pasando por la

dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad.

Todos esos hechos tienen testigos materiales que son atractivos turísticos potenciales, y no solo eso, Ibarra también goza de paisajes exuberantes, y al ser multicultural y multirracial, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforman una experiencia muy agradable. Todo esto sumado con los servicios, como la gran variedad de infraestructura hotelera, la convierten también en un lugar atractivo para alojarse dentro de la provincia.

➤ **Ganadería.**

La actividad ganadera es rentable gracias a los buenos pastizales existentes, que han ayudado a la crianza de ganado vacuno, ovino y porcino.

#### **1.5.4 Aspectos Demográficos**

La población de Imbabura está muy marcada por diferentes factores demográficos, tiene la diversidad étnica y demográfica más grade del Ecuador después de Quito, ya que según la última estadística del INEC, Imbabura tiene un 54% de mestizos, 32% de blancos, 9% indígenas, 3% negros y 2% repartido entre asiáticos, mulatos, castizos y otros.

#### **Población Provincial Total**

La información proporcionada por el último censo 2010, el total de la población de la provincia de Imbabura es de 398.244 habitantes, conformados con 204.580 mujeres y 193.664 hombres, con una población económicamente activa de 146.868 personas, además la edad promedio de la población es de 29 años.

La mayor parte de la población se considera mestiza, tomando en cuenta que tienen una población indígena alta.

#### **1.5.5 Reseña Histórica**

ECUALAC es el proveedor futuro del presente proyecto, ya que se comercializará la leche que esta empresa produce, por tal razón se debe conocer sobre el surgimiento de ECUALAC.

Esta empresa dedicada a la producción de lácteos, es un ejemplo de una empresa lechera mediana. ECUALAC nació en 2004, por la necesidad de procesar la leche y entregar productos de calidad al mercado ecuatoriano, comenta la señora Ana Yolanda Suárez, propietaria de la empresa.

La producción diaria de ECUALAC es de 35 mil litros de leche diarios en total; de esta cantidad 5 mil litros se destinan para procesar derivados como el yogurt y quesos, y los 30 mil restantes se utilizan para leche UHT ultra pasteurizada en funda. Los productos de Ecuallac son distribuidos a provincias como Pichincha, Esmeraldas, Guayas y Manta.

Son tres líneas de producción con las que cuenta la empresa: leche fluida pasteurizada y ultra pasteurizada, quesos y yogurt. Sin embargo, se está pensando sacar una cuarta línea que será de dulce de leche, conocido en el mercado ecuatoriano como “el manjar.

En un comienzo ECUALAC sólo se dedicó a la elaboración de quesos, posteriormente inicio un proyecto para producir leche con un esterilizador de placas HTST y luego adquirió un ultra pasteurizador multitubular de última generación, para fortalecer la empresa y brindar mayor calidad al consumidor.

## **1.6 DETERMINACIÓN DE OPORTUNIDADES, RIESGOS, ALIADOS Y Oponentes**

### **Aliados**

- ✓ Políticas sobre la expansión de productos.
- ✓ Nuevas tendencias de consumidores.
- ✓ Existe mercado para los productos lácteos.
- ✓ Existencia de leyes que protegen e impulsan los productos.
- ✓ Existencia producción de leche en el mercado.
- ✓ Vigencias de normas y estándares de productos.
- ✓ Bondades del consumo de la leche.
- ✓ Verdadero interés y motivación para implementar el negocio.
- ✓ Capacidad económica y administrativa por parte de la persona interesada en ejecutar el proyecto.
- ✓ Se fijarán precios moderados y adecuados.
- ✓ Actividad rentable.

### **Oponentes**

- ✓ Cultura de consumo no muy desarrollada para leche de funda.
- ✓ Poco conocimiento de las bondades de la leche.
- ✓ Ausencia de créditos para el desarrollo de nuevos productos.
- ✓ Altos costos y falta de difusión.
- ✓ Poca promoción para socializar las bondades de la leche.
- ✓ Tasas de interés, plazos y políticas financieras inestables
- ✓ Cambios y expectativas por nuevas políticas socio económicas del gobierno actual.
- ✓ Políticas económicas estatales y economía global

### **Oportunidades**

- ✓ La demanda del mercado es alta ya que cada día crece su población.
- ✓ El cantón acepta la creación de la nueva empresa.
- ✓ La empresa proveedora está dispuesta abastecer la comercialización.
- ✓ Se brindará un servicio de calidad e innovador.
- ✓ Mano de obra directa en el cantón.

### **Riesgos**

- ✓ Presencia de alto consumo de leche suelta o a medida.
- ✓ Cambios climáticos no esperados.
- ✓ Competencia desleal de los comerciantes.
- ✓ Aparecimiento de productos sustitutos.
- ✓ El riesgo de la inversión es únicamente de los inversionistas en caso de no instrumentar todas las medidas necesarias que logren el éxito de la empresa

## **1.7 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

Una vez realizado el diagnóstico situacional, mediante el análisis de los aspectos geográficos, situación socio-económica, características demográficas de la provincia de Imbabura, además los antecedentes Históricos de la empresa que proveerá el producto a comercializar, se llega a determinar la oportunidad de emprender un proyecto de comercialización y distribución de ZU LECHE, que pueda competir en el mercado en precio y calidad. Con esto se estaría contribuyendo al desarrollo socio-económico de los productores, trabajadores y demás personas involucradas en el proyecto.

Después del estudio realizado a la zona de influencia del Proyecto, se ha determinado que en Ibarra existen las condiciones necesarias para la formulación de un proyecto denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION EXCLUSIVA DE ZU LECHE EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 LA MICROEMPRESA**

*DE LOS ANGELES, Yajaira y CHAVEZ, 2008, Administración de pequeñas empresas, Editorial J.A de C.V, México. “Son unidades muy pequeñas que generan ingresos que son propiedad y administradas por los propios empresarios que trabajan ellos mismos en sus unidades, las que constituyen su principal medio de vida: que no tienen empleados o emplean poco, recurriendo principalmente a los miembros de la familia, que usan muy poco capital y pueden tener o no carácter semilegal o informal, según la estructura jurídica del país que se trate”.*

Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño, debidamente organizada, en general, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma, este es el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante.

##### **2.1.1 Constitución de la microempresa.**

Existen ciertos trámites que son requeridos por ley para que un negocio opere de manera formal. Ventajas de cumplir con los trámites para iniciar un negocio, es que facilita la posibilidad de acceder a medios de financiamiento del gobierno o bancarios, mientras que una empresa no formalizada no tendrá esas herramientas financieras.

##### **2.1.2 Nombre o razón social**

Según PALACIOS, Luis, (2012); Estrategias de creación empresarial, Ecoe Ediciones, Bogotá. (Pág. 6). El nombre o razón social de la empresa

es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo. Debe reunir las siguientes características:

- Descriptivo: reflejar el giro de la empresa
- Atractivo: fácil de recordar, que identifique el objeto del negocio, que tenga aceptación y que se pueda memorizar
- Claro y simple
- Significativo
- Agradable

### 2.1.3 Misión

***GALINDO RUIZ, Carlos Julio, (2011), Formulación y Evaluación de Planes de Negocios, Ediciones de la U Manifiesta “La misión de una empresa se fundamente básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizará durante su período de operación.***

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe, es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

Para definir la misión es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

Debe ser motivadora, es decir, que debe transmitir entusiasmo tanto a colaboradores como a clientes y socios de la misma teniendo en cuenta los valores por los cuales se regirá la organización.

Específica, hace referencia al objeto para el cual fue creada, siendo lo suficientemente amplia y clara con el fin de no confundir a los clientes ni a los colaboradores, en cuanto a la naturaleza de la misma.

Adicionalmente debe definirse muy bien el nicho de mercado donde posicionaremos nuestros productos o servicios, cual es la necesidad que vamos a satisfacer y cuáles serán las estrategias que utilizaremos para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.



#### **2.1.4 Visión**

***GALINDO RUIZ, Carlos Julio, (2011), Formulación y Evaluación de Planes de Negocios, Ediciones de la U Manifiesta, “Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativa”.***

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización, se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa de lo que debe ser en el futuro la empresa.

#### **2.1.5 Valores del negocio.**

PALACIOS, Luis, (2012); Estrategias de creación empresarial, Ecoe Ediciones, Bogotá. (Pág., 64). Son las creencias y valores que guían o inspiran la vida de una organización o negocio. Definen lo importante para una empresa. Guían al actuar de las personas y la sociedad y demandan liderazgo.

#### **2.1.6 Políticas**

PALACIOS, Luis, (2012); Estrategias de creación empresarial, Ecoe Ediciones, Bogotá. (Pág. 65) Las políticas sirven para guiar las acciones y decisiones requeridas para lograr los objetivos. Las políticas establecen las condiciones de contorno, para que las acciones y decisiones se encausen por un camino concreto en busca de los objetivos. Las políticas permiten a la dirección operar sin su constante intervención y una vez establecidas, permiten a otros trabajar con un sistema sin solicitar decisiones o consejos de sus superiores.

### **2.1.7 Organigrama**

***FLEITMAN, Jack, (2007), Evaluación Integral para implantar modelos de calidad, México: Pax México manifiesta: “Es la representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y asesoría”.***

Los organigramas son dibujos geométricos que pueden representarse por medio de varias figuras. Son importantes porque nos permite ver con claridad los siguientes aspectos:

- La división de funciones
- Los niveles jerárquicos
- Las líneas de autoridad y responsabilidad
- Los jefes de cada departamento
- Los canales de comunicación

### **2.1.8 Manual de la Organización**

PALACIOS, Luis, (2012); Estrategias de creación empresarial, Ecoe Ediciones, Bogotá. (Pág. 71) Los manuales de la organización comprenden la estructura del personal u organización, el trabajo representado en los procedimientos y el lugar de trabajo que incluye los medios materiales, lugar y ambiente, iluminación, implementos, formas impresas, muestras, etc.

## **2.2 LA LECHE**

Según el Manual de Elaboración de Productos Lácteos manifiesta: La leche es un medio óptimo para el desarrollo de microorganismos.

En la industria de productos lácteos se utiliza principalmente leche de vaca y, en cantidades menores, las de cabra y oveja. La vaca produce leche durante aproximadamente 300 días posteriores al nacimiento de las crías. La leche producida durante los primero cuatro días es inadecuada

para elaborar productos lácteos debido a su diferente composición; esta clase de leche se llama calostro.

En la composición de la leche influyen los siguientes factores:

- Raza y edad de la vaca lechera.
- Etapa de lactancia.
- Método de ordeña.
- Estado de salud.
- Alimentación.
- Clima.

La leche cruda se clasifica de acuerdo con su contenido de grasa y de proteína, y según la presencia de impurezas, microorganismos y olores extraños.

### **2.2.1 Composición química**

Los principales componentes de la leche son los siguientes:

- Agua.
- Sales minerales.
- Lactosa.
- Grasa.
- Vitaminas.

Aproximadamente 85% de la leche es agua. En esta agua se encuentran los otros componentes en diferentes formas de solución. Las sales y la lactosa se encuentran disueltas en el agua formando una solución verdadera. En tanto que la mayoría de las sustancias proteínicas no es soluble y forma conjunto de varias moléculas.

La grasa es insoluble al agua y por esto se encuentra en la leche en forma de glóbulos grasos formando una emulsión.

Las proteínas contenidas en la leche son caseína, albumina y globulina. La caseína de la leche se encuentra combinada con calcio y fosfato en forma coloidal; siendo esta la materia prima para los quesos.

### **2.2.2 Características físicas de la leche.**

De acuerdo a DURÁN Felipe (2009), Lácteos y Derivados, Primera Edición, Grupo Latino, Bogotá. dice: La leche tiene un sabor ligeramente dulce y un aroma delicado. El sabor dulce proviene de la lactosa, mientras que el aroma viene principalmente de la grasa.

Sin embargo, la leche absorbe fácilmente olores del ambiente como el olor del establo o de pintura recién aplicada. Además, ciertas clases de forrajes consumidos por las vacas proporcionan cambios en sabor y olor a la leche. También, la acción de microorganismos puede tener efectos desagradables en sabor y olor.

La leche un color ligeramente blanco amarillento debido a la grasa y a la caseína. Los glóbulos de la grasa y en menor grado la caseína, impiden que la luz pase a través de ella, por lo cual la leche parece blanca. El color amarillo de la leche se debe a la grasa, en la que se encuentran el caroteno. Este es un colorante natural que la vaca absorbe con alimentación de forrajes verdes. La descremada toma un color azulado causado por la riboflavina o vitamina B2.

La presencia de ácidos tiene gran importancia en la elaboración de la leche. La acción de estos afecta los fenómenos microbiológicos, la formación de la mantequilla y la precipitación de las proteínas.

La acidez de la leche se expresa en la cantidad de ácido que puede neutralizarse con hidróxido de sodio al 0.1%. De esta forma se mide el ácido presente en la solución. Esta clase de acidez se llama acidez real. La acidez promedio de la leche cruda fresca es de 0.165%.

El pH expresa solo la concentración de hidrogeno. Con el pH se mide la acidez actual. El valor de su pH puede variar entre 0 y 14.

## **2.3 PROYECTOS**

***Según CORDOBA, Marcial, (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. Manifiesta: “Los proyectos***

***metódicamente diseñado de actividades planificadas y relacionadas entre sí, que utilizan recursos para generar resultados concretos, con los cuales apuntan a alcanzar objetivos definidos.” Pág. 3.***

El autor determina como proyecto al conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo, dichas actividades deben estar interrelacionadas y coordinadas.

### **2.3.1 Importancia de los proyectos**

La ejecución de proyectos productivos constituyen el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras del orden regional, nacional e internacional, tiene como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales.

En la asignación de recursos que generen beneficios para la comunidad se tiene en cuenta factores como:

- Condiciones puramente crediticias: requisitos, garantía, referencias, etc.
- Operaciones factibles y rentables para el inversionista: mercado, rentabilidad, riesgo, etc.
- Operaciones adecuadas para la economía del país: social y económicamente.

En el sector público se tiene en cuenta para la selección:

- Incremento del PIB PÉR CAPITA.
- Creación de empleos.
- Promoción de un desarrollo social y regional equilibrado.
- Diversificación de la actividad económica.
- En el sector privado se tiene en cuenta:
  - Tasa elevada de rentabilidad
  - Recuperación rápida y asegurada de la inversión

Los proyectos se deben reducir a aquellos que prometan el logro de los objetivos establecidos:

- Proyectos elaborados para uso propio: interés de la empresa
- Proyectos destinados a la consideración de posibles inversionistas: nacionales y extranjeros.
- Proyectos destinados a solicitar beneficios fiscales: exoneración de impuestos.
- Proyectos destinados a instituciones financieras de desarrollo gubernamentales o no.

Los aspectos inter dependientes del contenido de un proyecto de inversión se entrelaza con aspectos importantes como son:

- Análisis de los beneficiarios: matriz de involucrados, árboles de problemas y objetivos.
- Descripción de la estrategia del proyecto: matrices de alternativas y estrategias
- Estudio de mercado: identificación del producto del proyecto, características del mercado, análisis de la demanda y oferta, estudio de precios, estudio de comercialización, posicionamiento del producto en el mercado.
- Aspectos técnicos: condiciones de localización del proyecto, requerimientos de tecnología e ingeniería, requerimiento de materia prima e insumos, ósea, como se hace, (proceso), con que se hace, (requisito), que resulta (rendimiento).
- Aspectos financieros: recursos disponibles, conveniencia, proyecciones de crédito y financiamiento, financiamiento del proyecto, proyecciones financieras.
- Aspectos económicos: factores de producción, función de producción, alternativas de empleo
- Organización para la ejecución: estructura orgánica y funcional, cargos y funciones, estructura y procesos de capacitación, control financiero, modalidades de ejecución, modelo de gerencia, matriz del marco lógico: resumen narrativo del proyecto, indicadores de desempeño,

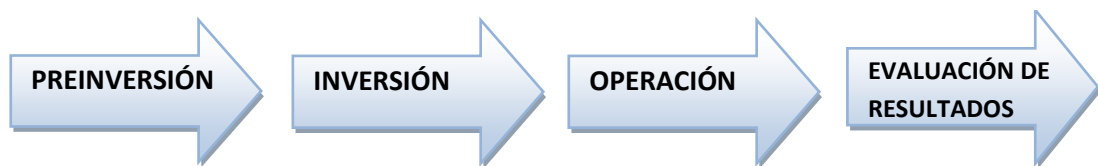
medios de verificación, supuestos externos del proyecto. Además periodo de ejecución y periodo de vida útil.

- Aspectos institucionales: legislación pertinente, elementos de política general, económica y social. Otra parte se estudia como problema administrativo.

### 2.3.2 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS

El ciclo de vida de un proyecto de inversión se inicia con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscársele solución coherente. Generalmente, los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases:

**Gráfico N° 1 Fases del proyecto**



**Fuente:** CORDOVA, Marcial, (2012. Pág. 9)

#### 2.3.2.1 Pre inversión

La fase de pre inversión corresponde al estudio de factibilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. Cuanto menos cantidad y calidad tenga la información, más se acerca al estudio del perfil, mientras que más y mejor sea la información, más se acerca al nivel de factibilidad.

La pre inversión consiste en identificar, formular y evaluar el proyecto y establecer cómo se llevaría a cabo, para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen.

### **2.3.2.2 Inversión**

La fase de inversión corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha. Se refiere a la implantación del proyecto una vez seleccionado el modelo a seguir, dentro de este contexto se debe considerar lo siguiente:

- La compra del terreno, la construcción de la planta de producción, oficinas e instalaciones.
- La compra e instalación de maquinaria, equipos y herramientas.
- Selección y administración de sistemas operacionales y administrativos.
- Selección, contratación, inducción y capacitación de personal.
- Operación inicial del negocio.

Una vez concluida esta etapa se debe continuar con la comparación y medición de los resultados reales contra los presupuestados, lo cual puede realizarse en forma parcial o total, teniendo como objetivo mejorar o corregir el desarrollo del proyecto de inversión, para lograr obtener los resultados más cercanos a los planes originales.

El control debe aplicarse durante la vida del proyecto para medir su desarrollo y rentabilidad en el tiempo.

Esta etapa deberá ser controlada mediante la elaboración de presupuestos y el establecimiento de un sistema de control presupuestal asignando la responsabilidad a la administración existente



### **2.3.2.3 Operación**

La fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al proyecto.

EL proyecto se institucionaliza mediante la creación de una organización responsable por superación en el tiempo, o mediante de dicha responsabilidad a una entidad ya existente.

A medida que la fase operativa del proyecto avanza, la gerencia debe estar atenta para introducir modificaciones o mejoras que se aumentan la eficiencia del sistema. Pero hay otras dos situaciones que se van presentando en el tiempo:

La necesidad de ampliación del sistema para extender su cobertura a nuevos usuarios, y

El desgaste y obsolescencia de las instalaciones o equipos, van implicando la necesidad de renovación – reposición.

### **2.3.2.4 Evaluación de Resultados**

Si el proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto.

De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes: la evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inicio el proceso: el problema.

La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrado en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.

Similar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimiento y capacidad para mejorar.

## **2.4 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

***Según [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)/Estudio de viabilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).***

Un estudio de factibilidad es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación.

## **2.5 ESTUDIO DE MERCADO**

***MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús (2010), Evaluación Financiera de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones, señala: “El estudio de mercado es un estudio de demanda, oferta y precio de un bien o servicio”. Pág. 22.***

El estudio de mercado es importante ya que ayuda a demostrar la necesidad de los consumidores por adquirir un bien o servicio, tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción, basándose en un mercado potencial.

### 2.5.1 Demanda

**CASADO Ana y SELLERS Ricardo (2010) *Introducción al Marketing España: Editorial Club Universitario* Pág. 102 expresa: Es el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados. Pág. 102.**

La demanda es la cuantificación de la necesidad real de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad, determinando la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado.

### 2.5.2 Oferta

**<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml> manifiesta: “Oferta es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo en un periodo de tiempo y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas tales como la tecnología, la disponibilidad de recursos, precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes. Además que se debe tomar en cuenta la capacidad de vender o producir, el deseo de hacerlo y el tiempo”.**

La oferta señala dónde se encuentran localizados, las principales características de la competencia, indicando mecanismos que se utilizan para lograr la satisfacción del cliente, productos que ofrecen, cantidad de productos que venden anual, mensual o diariamente, mercado que abarcan, precios que ofertan.

### 2.5.3 Precio

**PHILIP Kotler y ARMSTRONG Gary (2008), *Marketing, México: Pearson Educación* “Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto.”**

Es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el Mercado.

## **2.6 ESTUDIO TÉCNICO**

***MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús (2010), Evaluación Financiera de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones, dice: “El estudio técnico es verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto”. Pág. 23.***

El Estudio Técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la localización óptima, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo, organizativo y legal. Al realizar el estudio técnico se busca cumplir como objetivo el valorar las variables técnicas que permitirán poner en marcha el proyecto, describiendo el lugar en donde se va a desarrollar, su proceso productivo, hasta su inversión.

## **2.7 ESTUDIO ECONÓMICO**

***BACA URBINA, Gabriel (2010), Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill señala que: “El Estudio Económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”. Pág. 7***

Los objetivos de este estudio es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que se originan de los estudios anteriores, para la evaluación del proyecto y determinar su rentabilidad.

## **2.8 MARKETING**

***Según LAMB, Charles (2011), Marketing, Cengage Learning, Onceava Edición. Manifiesta: “es un función organizacional y una serie de procesos para crear, comunicar y entregar valor al cliente y***

***para administrar relaciones con los clientes de manera que satisfagan las metas individuales y las de la empresa”***

En la actualidad el marketing es una herramienta que todo empresario debe conocer, siendo un conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio dirigido a un mercado.

### **2.8.1 MARKETING MIX**

El marketing mix se compone de cuatro elementos: producto, precio, promoción y distribución (place). Las denominadas “4p”, son cuatro áreas de decisiones clave y constituyen una faceta primordial de la implementación del concepto de marketing.

#### **2.8.1.1 Producto**

***Según LAMB, Charles (2011), Marketing, Cengage Learning, Onceava Edición. dice: “Es todo aquello, sea favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio. Empaque estilo color, opciones y tamaños son algunas características típicas del producto.”***

Las decisiones sobre el producto también implican elecciones relativas a los nombres de las marcas, las garantías, el envasado y los servicios que deben acompañar a la oferta del producto.

#### **2.8.1.2 Precio**

El precio representa, en términos unitarios, lo que la empresa recibe por el producto o servicio que está comercializando, es un elemento clave del marketing mix. Los responsables del marketing deben tener claros los objetivos de la fijación del precio, además la necesidad de ofrecer descuentos y rebajas en algunas transacciones.

### 2.8.1.3 Promoción

Es necesario tomar decisiones con la debida atención al mix promocional: publicidad, venta personal, promociones de ventas, relaciones públicas, marketing directo y marketing en internet, con la ayuda de estos medios se consigue que la audiencia conozca la existencia de una producto o servicio y sus prestaciones que se ofrece a los consumidores.

### 2.8.1.4 Distribución (place)

***ARELLANO, Rolando (2010), Marketing: Enfoque América Latina, Prentice Hall: “Es la variable de marketing que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores.”***

Este punto tiene que ver con las decisiones relativas a los canales de distribución que se van a utilizar y a su dirección, localización de tiendas, los métodos de transporte y niveles de inventario a mantener. El objetivo es garantizar que los productos y servicios están disponibles en cantidades adecuadas, en el momento adecuado y en el lugar adecuado.

**Gráfico N° 2 Marketing Mix Eficaz**



**Fuente:** JOBBER, David (2007, Pág. 11)

## 2.9 ADMINISTRACIÓN

***KOONTZ HAROLD, WEIHRICH HEINZ. (2008), Administración una perspectiva global y empresarial, McGraw-Hill manifiestan: “Es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que los individuos, trabajando en grupos de manera eficiente, alcancen objetivos seleccionados”.***

La administración será utilizado en todo lo que se refiere a los recursos que van a conformar la nueva unidad productiva; los mismos que en un entorno armónico nos llevarán a conseguir los objetivos propuestos y por ello las metas que con anterioridad hayan sido fijadas. Por lo tanto la administración es la conducción racional de actividades, de una organización, resultándole algo imprescindible para su supervivencia y crecimiento.

### 2.9.5 FUNCIONES ADMINISTRATIVA.

***Según <http://www.definicion.org/funcion-administrativa>, manifiesta: Conjunto de actividades afines, dirigidas a proporcionar a las unidades de una organización los recursos y servicios necesarios para hacer factible la operación institucional. Actividad preponderante que desarrolla la Administración Pública en el ejercicio de sus atribuciones. Conjunto de actos administrativos realizados en cumplimiento de normas o leyes llevadas a cabo por un órgano responsable del sector público.***

Un gerente de éxito será capaz de desempeñar cuatro funciones administrativas básicas, pero como se verá a continuación la cantidad de tiempo que éste dedica a cada función dependerá del nivel de un puesto determinado.

Sea cual fuere su nivel casi todos los gerentes desempeñan cuatro funciones generales de manera más o menos simultánea para lograr las metas de una entidad.

A continuación se detallan minuciosamente estas funciones:

#### **2.9.5.1 Planeación**

La planeación implica calcular las condiciones y circunstancias futuras, y con base en esas estimaciones, tomar decisiones sobre qué trabajo debe realizar el administrador y todos aquellos que están bajo su responsabilidad. Consideremos que esta función la componen tres niveles o tipos distintos como:

Planeación estratégica, la cual prevé las acciones estratégicas diseñadas para lograr las metas trazadas a largo plazo para la organización.

Planificación táctica, que traduce los planes estratégicos en acciones concretas diseñadas para alcanzar metas y objetivos específicos a más corto plazo; y

Planeación operativa, la cual identifica las acciones necesarias para las unidades de la organización logren sus metas.

Podemos decir que consiste en la determinación del curso exacto de acción que habrá de seguir por medio de políticas, procedimientos y programas para lograr su realización.

#### **2.9.5.2 Organización**

La organización se refiere al proceso de decidir donde se tomarán las decisiones, quien ocupará cual puesto y desempeñará que tareas y quien dependerá de quien en la empresa.

Es la estructura técnica de las relaciones, que debe darse entre las jerarquías, funciones y obligaciones individuales necesarias en un organismo social para su eficiencia.

#### **2.9.5.3 Dirección**

La dirección implica motivar a terceros con la intención de que desempeñen las tareas necesarias para alcanzar las metas de la organización.



Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro de la organización con el fin de lograr de manera eficaz todo lo planeado.

#### **2.9.5.4 Control**

El control es el proceso que utiliza una persona, un grupo o una organización para monitorear el desempeño de forma permanente y aplicar acciones correctivas.

Verificar que todo se desarrolle de acuerdo a lo establecido en la planeación, para obtener los objetivos deseados.

### **2.10 CONTABILIDAD**

***ZAPATA, Pedro (2011), Contabilidad General: Con Base en las Normas Internacionales de Información Financiera, España: Séptima Edición, McGraw-Hill señala: “Contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y evolución, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”. Pág. 7.***

La contabilidad será el instrumento básico que permite determinar si hay pérdida o ganancia durante un periodo de tiempo específico así como también llevar en forma ordenada y cronológica todo el proceso contable. Es necesario que se lleve la contabilidad de acuerdo a lo establecido en la ley, en moneda nacional que es el dólar y por el principio de partida doble.

Contabilidad es la disciplina que se encarga de determinar, medir y cuantificar los factores de riqueza de las empresas, con el fin de servir para la toma de decisiones y control, presentando la información, previamente registrada, de manera sistémica y útil. Es una técnica que produce en forma sistemática y estructurada la información cuantitativa, expresada en unidades monetarias acerca de las transacciones que efectúan las empresas.

### **2.10.1 Objetivo**

El principal es conocer la situación económica- financiera de una empresa en un periodo determinado, el que generalmente es de un año; así como también analizar e informar sobre los resultados obtenidos para poder tomar decisiones adecuadas a los intereses de la empresa.

### **2.10.2 Importancia**

Permite conocer con exactitud la real situación económica – financiera de una empresa, en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cual es el volumen de compras, ventas, gastos en definitiva solo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa o sea en forma empírica.

## **2.11 CAPITAL DE TRABAJO**

***Según [http:// es.wikipedia.org/wiki/Capital\\_de\\_trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo) expresa: “El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra) es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula como el excedente de activos de corto plazo sobre pasivos de corto plazo.”***

Desde un punto de vista teórico la utilidad del capital de trabajo se centra en su capacidad para medir el equilibrio patrimonial de la entidad, toda vez que la existencia de un capital de trabajo positivo (activo corriente mayor que el pasivo corriente) acredita la existencia de activos líquidos en mayor cuantía que las deudas con vencimiento a corto plazo.

## **2.12 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente el VAN y TIR que veremos más adelante.

### **2.12.1 Valor Actual Neto (VAN)**

***SAPAG CHAIN, Nassir, (2011), Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación, Pearson Educación señala: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual” Pág. 321.***

El cálculo del VAN en nuestro estudio será muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos que apliquemos, si resultase un VAN alto seria una razón importante para nuestro ente productivo y en caso que resultase bajo deberíamos considerar diversas razones como podrían ser la imagen que le aportará a la empresa, por motivos estratégicos u otros motivos que en ese momento nos repercutan.

### **2.12.2 Tasa interna de retorno**

***CORDOBA, Marcial, (2012) Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia, Ecoe Ediciones “La tasa interna de retorno conocida como TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil”. Pág. 242.***

Es decir este indicador nos permitirá decidir sobre la aceptación o rechazo de nuestro proyecto inversión. Su tasa de interés calculada permitirá

medir la recuperación de la inversión que le se dio al proyecto pudiéndonos endeudar adecuadamente y evitar pérdida alguna.

### **2.12.3 COSTO BENEFICIO**

***SAPAG CHAIN, Nassir, (2011), Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluació,: Pearson Educación señala que: “El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”. Pág. 278.***

Este proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable.

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan.

### **2.12.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN**

***CORDOBA, Marcial, (2012) Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones manifiesta: Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Pág. 234.***

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

En nuestro estudio nos permitirá medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de nuestra inversión se recuperen su costo o inversión inicial.

#### **2.12.5 PUNTO DE EQUILIBRIO**

***MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús (2010), Evaluación Financiera de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones, manifiesta: “se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación”. Pág. 138.***

El cálculo de punto de equilibrio en este estudio implica un proceso importante para varios factores, puesto que mediremos nuestra capacidad del servicio, y a su vez, aprovecharemos cual es el tope en el que hemos venido dando a conocer en el mercado y con ello tomar la mejor decisión, para acoger más clientes.

#### **2.14 COMERCIALIZACIÓN**

***“Comercialización, en marketing, planificación y control de los bienes servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables.”. Disponible en: Enciclopedia Microsoft Encarta, 2009.***

Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.

### **2.14.1 Proceso de comercialización**

El proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.

El proceso comprende todos los medios utilizados para implementar estrategias de venta para la adecuada comercialización de los productos.

### **Canales de comercialización**

Los canales de comercialización Conocidas también como las formas de relación organizacional entre productores, intermediarios y consumidores finales pueden ser.

- Relación directa entre el productor y consumidor
- Del productor al detallista y este al consumidor
- Del productor al mayorista, de este al minorista y luego al consumidor
- Del productor al agente intermediario, de este al mayorista, de este al minorista y finalmente al consumidor.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción del Estudio de Mercado**

El presente estudio tiene el objeto de analizar cada uno de los aspectos influyentes en la distribución y comercialización de leche, determinar la existencia de un número considerable de acreedores en el cantón Ibarra, dispuestos a adquirir el producto, e identificar precio, plaza y promoción de los productos lácteos de ZUU LECHE que se va a comercializar.

En 2011, manifiesta el gerente de la Asociación de Ganaderos de la Sierra y Oriente (AGSO) Juan Pablo Grijalva, se ha centrado en el mercado local, en incrementar el consumo de leche, trabajando con los ministerios de Agricultura y de la Producción, realizando campañas de consumo de este producto, entre ellos, a través de desayunos escolares.

#### **OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

##### **General**

Conocer el grado de aceptación que ofrece el mercado para la distribución y comercialización de ZUU LECHE en el cantón Ibarra.

##### **Específicos**

- Determinar la aceptación y cuantificar la demanda de los productos lácteos.
- Establecer la frecuencia y lugar de compra de productos lácteos.
- Identificar cual es la competencia directa e indirecta que tendría la microempresa a implantarse.
- Investigar sobre los precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores por los productos.

- Establecer los medios publicitarios para dar a conocer los productos.

### **3.3 VARIABLES**

Cumpliendo con las primeras etapas del diagnóstico se ha identificado las siguientes variables que serán motivo de este estudio, verificación y medición del proyecto.

- Aceptación y cuantificación de la demanda.
- Frecuencia de compra de productos
- Competencia.
- Precios.
- Publicidad.

### **3.4 INDICADORES DE LAS VARIABLES**

- Aceptación y cuantificación de la demanda.
  - Nivel de Aceptación.
  - Número de demandantes.
  - Cantidad de consumo y demanda.
- Frecuencia de compra de productos
  - Diario
  - Semanal
  - Quincenal
  - Mensual
- Competencia.



- Directa.
- Indirecta.
- Local.

➤ Precios.

- Accesibles.
- Variados.
- Mecanismo para determinar el precio.
- Rentabilidad.

➤ Publicidad.

- Medios Publicitarios.
- Promociones.

### 3.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA DE MERCADO

**Cuadro N° 3 Matriz de Relación Diagnóstica de Mercado**

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>PÚBLICO META</b>
Determinar la aceptación y cuantificar la demanda de los productos lácteos	Aceptación y cuantificación de la demanda	Nivel de aceptación Número de demandantes Cantidad de consumo y demanda	Primaria	Encuesta	Consumidores Comerciantes
Establecer la frecuencia y lugar de compra de productos lácteos.	Frecuencia de compra de productos	Diario Semanal Quincenal Mensual	Primaria	Encuesta Observación Directa	Consumidores Comerciantes
Identificar cual es la competencia directa e indirecta que tendría la microempresa a implantarse.	Competencia.	Directa Indirecta Local	Primaria	Encuesta Observación Directa	Consumidores Comerciantes Centros comerciales
Investigar sobre los precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores por los productos.	Precios.	Accesibles Variados Mecanismo para determinar el precio Rentabilidad	Primaria	Encuesta	Consumidores
Establecer los medios publicitarios para dar a conocer los productos.	Publicidad.	Medios publicitarios Promociones	Primaria	Encuesta	Consumidores Comerciantes

**Fuente:** Formulación de Variables e Indicadores

**Elaborado por:** Los autores

### 3.6 La segmentación cuantitativa de la población

Por tratarse de una microempresa que se dedicará a la distribución y comercialización de lácteos se podría decir que los principales beneficiarios van a ser todas las personas que viven en el cantón Ibarra puesto que estos productos no tienen límites de edad para su consumo.

#### 3.6.1 Población

Para realizar las encuestas se consideró la información obtenida del INEC del último censo poblacional del año 2010, fuente estadística que sirve para la proyección de la población del cantón Ibarra para el año 2011. Identificándose 181.175 habitantes en el año 2010 y con una tasa del crecimiento del 0.93% anual se proyecta, obteniendo así la proyección para el 2011 de 182.860 habitantes.

#### 3.6.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula y los siguientes parámetros de medición:

E = Puesto que la población es finita trabajamos con el 5% de error.

N = Universo o población total en número de unidades.

g = Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25 porque se trabaja en el centro.

z = Valor que corresponde al tratamiento de las estimaciones, misma que equivale a 1.96

La fórmula para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N * z^2 * \delta}{E^2 (N - 1) + z^2 * \delta^2}$$

Tomando como el total de la población 699, este valor proviene a la información obtenida en el Municipio de Ibarra, el cual detalla que desde el 2007 - 2011, existen registrados 77 abastos en el cantón y 622 tiendas, información que ayudará a determinar el tamaño de la muestra y posteriormente aplicar las encuestas.

$$n = \frac{699 * (1,96^2) * 0,25}{(0,05)^2 (699 - 1) + (1,96^2) * (0.25^2)}$$

$$n = 338$$

### **3.6.3 Mercado Meta**

Para definir el consumidor, es necesario enfocarse en primera instancia, a qué tipo de mercado se va a dirigir la comercialización de la leche, para que pueda ser consumida. Las tiendas, supermercados y la población del cantón.

Cabe señalar que la microempresa que se piensa implementar, se dedicará a la distribución de leche en la ciudad de Ibarra y no a su procesamiento, por lo tanto, es necesario buscar un mercado que distribuya este producto

### **3.7 Resultados Obtenidos**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES**

**Pregunta 1.** ¿Cuál cree usted la leche que más consume la población?

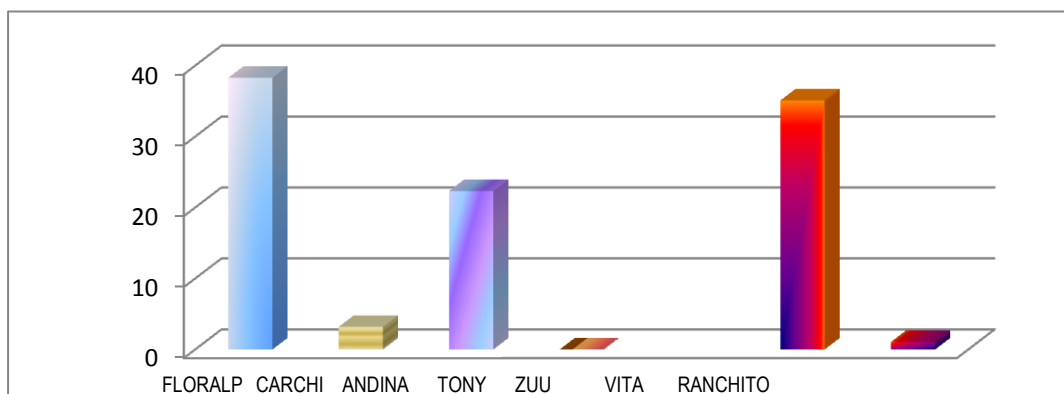
**Cuadro N° 4 La leche que más consume la población.**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FLORALP	128	38
CARCHI	14	4
ANDINA	74	22
TONY	0	0
ZUU LECHE	0	0
VITA LECHE	118	35
RANCHITO	4	1
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 3 La leche que más consume la población**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Al consultar a los comerciantes con estos resultados se determina claramente que la población del cantón Ibarra consume en mayor porcentaje la leche Floralp, seguida de Vita Leche, estas afirmaciones probablemente se basa en la promoción y cobertura que estas fábricas lecheras dan a sus clientes, indicando además que la línea de productos de Ecuallac, Zuu Leche, desconocen los encuestados de su existencia, resultado importante para el ingreso de este producto al mercado imbabureño.

**Pregunta 2** ¿Cuál es la presentación del envase que prefiere la gente?

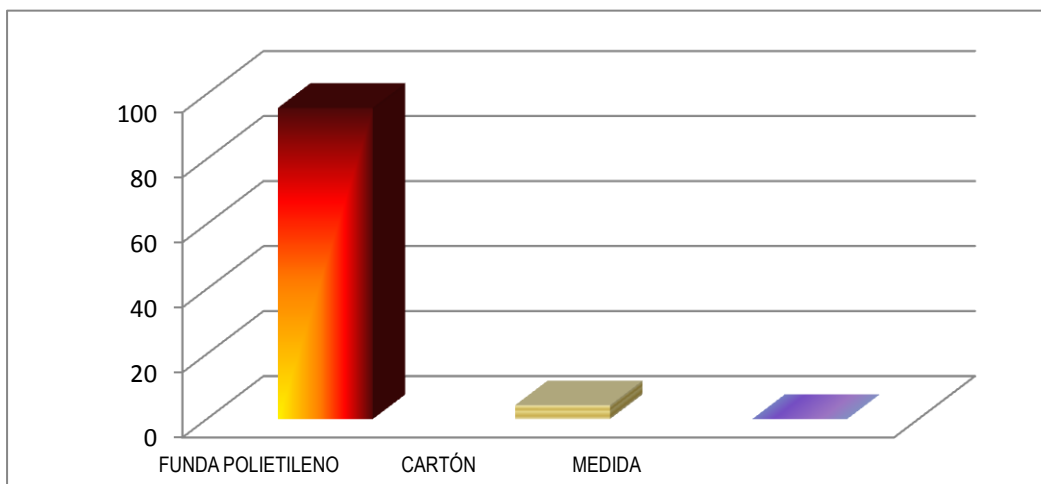
**Cuadro N° 5 De la presentación del envase**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE FUNDA DE PLIETILENO	324	96
DE CARTÓN	14	4
DE MEDIDA	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 4 De la preferencia del envase**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Al investigar sobre el envase preferido; casi en su totalidad los encuestados indican que la clientela prefiere el envase de polietileno y, en mínima cantidad prefieren en envase de cartón. El porcentaje muy elevado permite manifestar que la población del cantón Ibarra prefiere la leche que viene en envase de polietileno, seguramente por la facilidad de manejo y por la economía que representa.

**Pregunta 3** ¿En su negocio qué marca de leche tiene mayor preferencia?

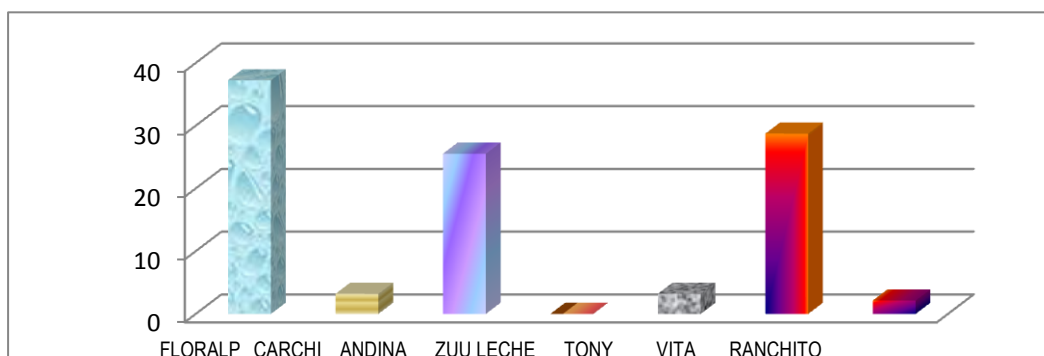
**Cuadro N° 6 De la marca de preferencia**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FLORALP	125	37
CARCHI	10	3
ANDINA	88	26
ZUU LECHE	0	0
TONY	10	3
VITA LECHE	98	29
RANCHITO	7	2
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 5 De la marca de mayor preferencia**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Los comerciantes encuestados, afirman que la leche de mayor preferencia es la FLORALP; luego Vita Leche y Andina en concordancia con el consumo. Los propietarios de tiendas y abastos que fueron encuestados, desconocen la existencia de Zuu Leche y la calidad de la misma, un producto nuevo, de mejor calidad, e igual precio que la competencia, conlleva a ser comprado en estos lugares de expendios de productos de primera necesidad. Estos datos afirman que la población del cantón Ibarra prefieren en su mayoría 3 tipos de leche: la FLORAP, la leche ANDINA y la VITA Leche, lo que se confirma con la pregunta 1 del presente cuestionario.

**Pregunta 4.** ¿Considera que el margen de utilidad que ofertan las empresas lecheras es?

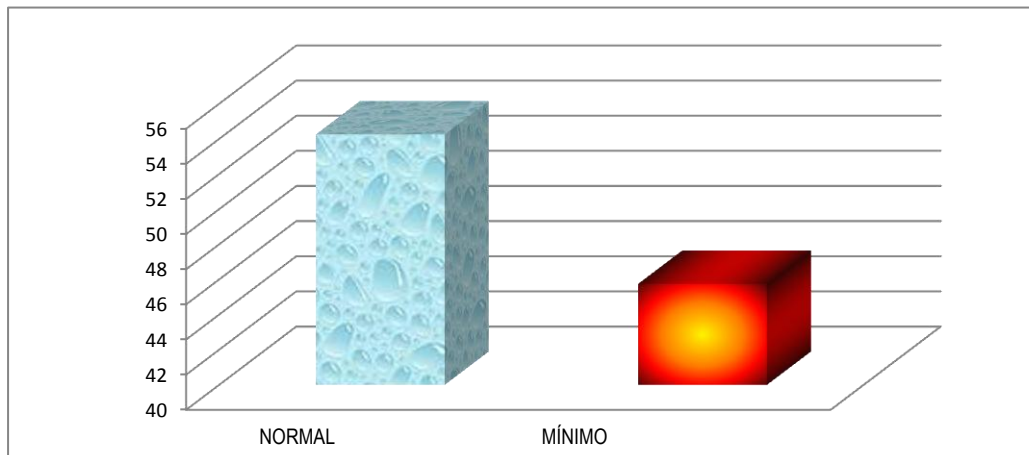
**Cuadro N° 7 Del margen de utilidad**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NORMAL	183	54
MÍNIMO	155	46
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 6 Del margen de utilidad**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

La mitad de los investigados, de las tiendas y abastos del cantón Ibarra, indican que el margen de utilidad es normal y, la diferencia indica que este margen es mínimo. Si bien los resultados manifiestan que el margen de utilidad es normal, no es menos cierto que un porcentaje elevado afirma que es mínimo por lo que en algunos casos se ven obligados a vender a un precio superior al estipulado.



**Pregunta 5.** ¿La venta de leche procesada se ha incrementado significativamente?

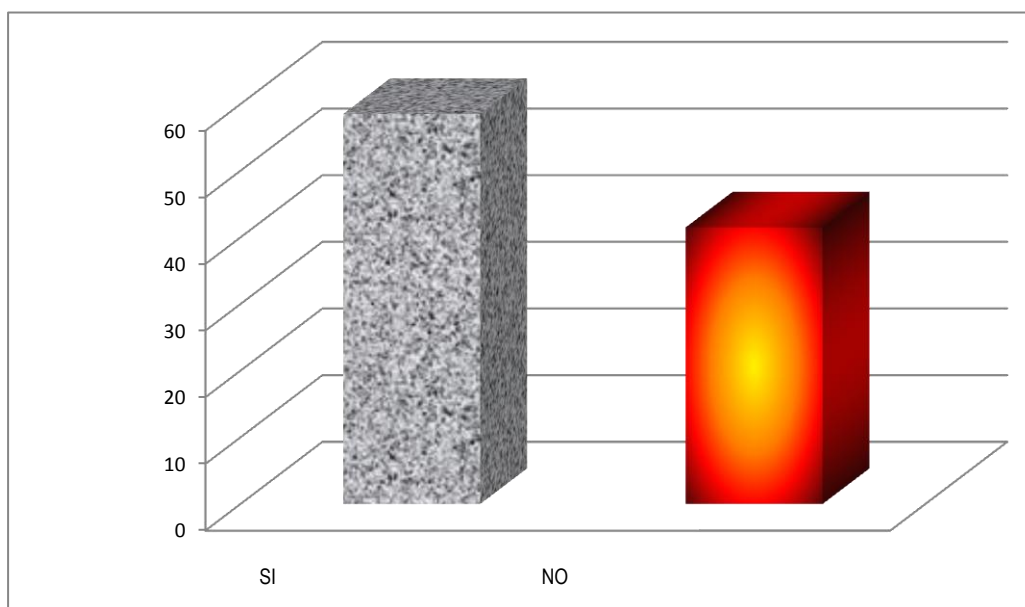
**Cuadro N° 8 Del aumento de la venta de leche procesada**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	199	59
NO	139	41
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 7 Del aumento de la venta de leche procesada**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Como se observa, la mayor parte de los comerciantes afirman que el incremento de la venta de leche procesada es significativo, lo que debe considerar las empresas para elevar su producción.

**Pregunta 6.** ¿Para favorecer la economía popular, existen presentaciones de leche por medios litros y cuarto de litro?

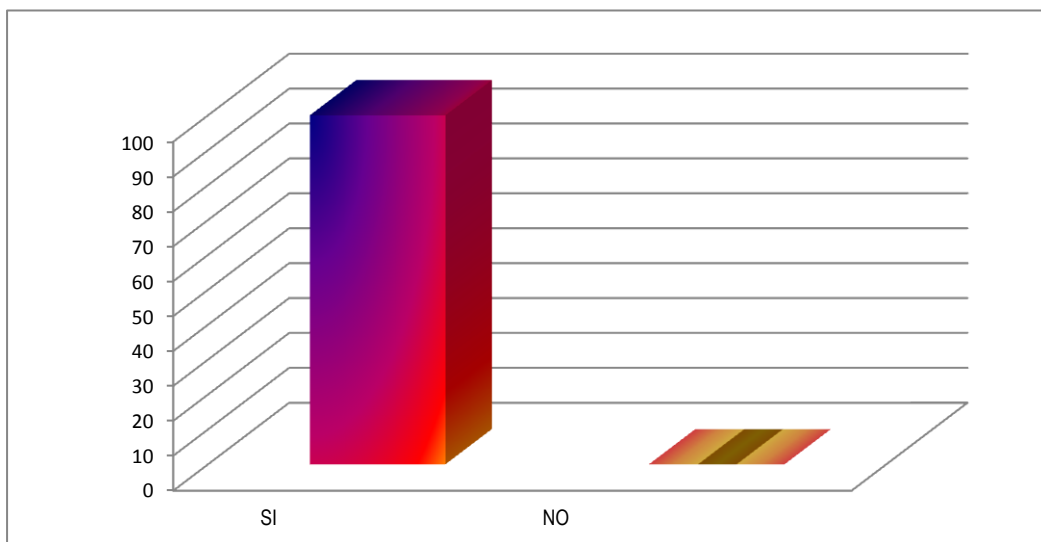
**Cuadro N° 9 Sobre la venta del producto en envases menores.**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 8 Sobre la venta del producto en envases menores.**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

La totalidad de comerciantes encuestados manifiestan que si existe la presentación de medios y cuartos de litro para la venta de leche.

Las empresas productoras de leche, en su totalidad, han sido más visionarias en lo referente a la situación económica de la población por lo que han decidido lanzar al mercado la venta de su producto en cantidades menores como son los envases de medio y cuarto de litros.

**Pregunta 7.** ¿En su negocio los clientes adquieren la leche que tiene:

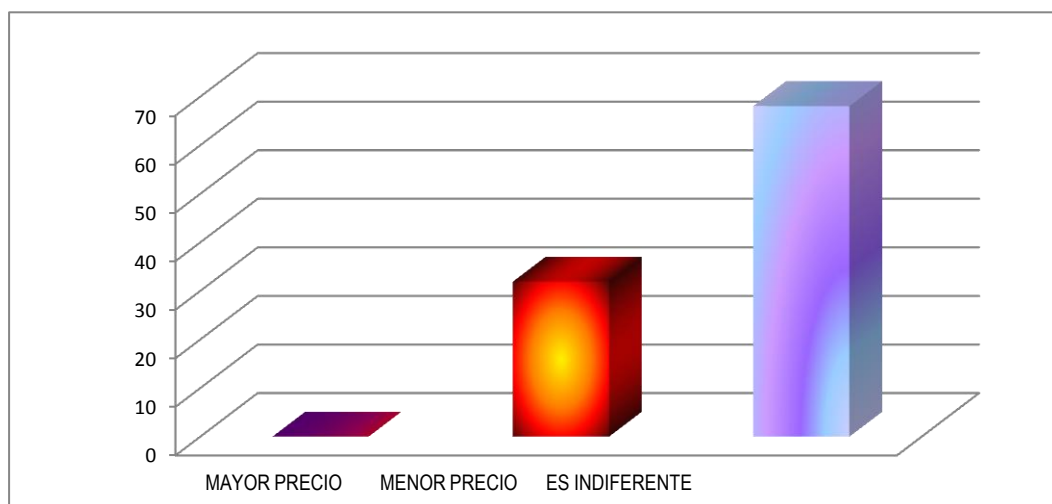
**Cuadro N° 10 Sobre las condiciones de adquisición de la leche**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR PRECIO	0	0
MENOR PRECIO	108	32
EL PRECIO LES ES INDIFERENTE	230	68
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 9 Sobre las condiciones de adquisición de la leche**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Al consultar sobre la apreciación que tiene la población al adquirir la leche, desearían a menor precio pero de buena calidad.

Del resultado de la encuesta, se interpreta que la gran cantidad de clientes no les interesa el precio del producto, para ellos éste es indiferente.

**Pregunta 8.** ¿Si se promocionara leche en presentaciones menores a un litro y a bajo costo considera que el cliente adquiriría?

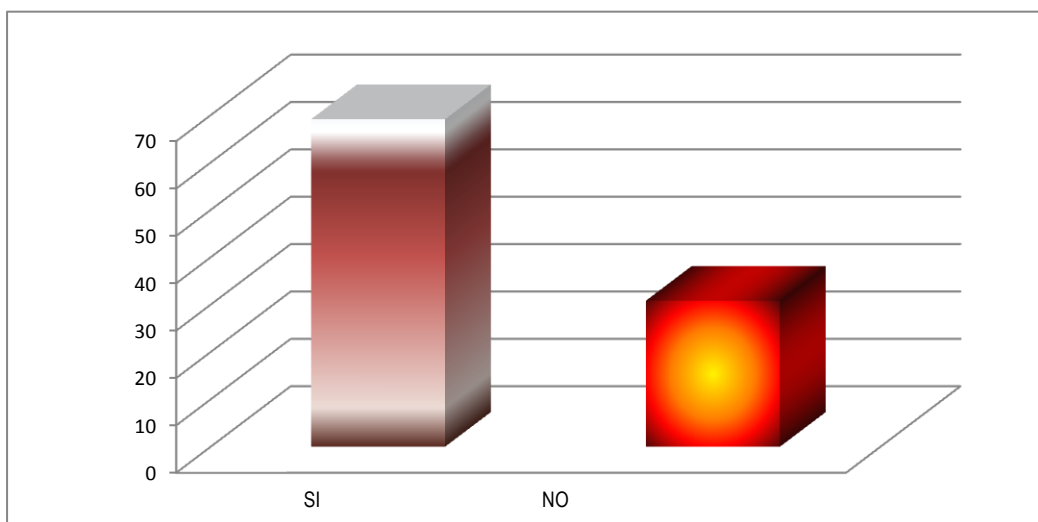
**Cuadro N° 11 De la introducción al mercado de un nuevo producto a menor costo**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	233	69
NO	105	31
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 10 De la introducción al mercado de un nuevo producto a menor costo**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Al consultar a los comerciantes sobre la introducción al mercado de un nuevo producto que ofrezca mejor calidad y precio, la tercera parte afirma que si estarían dispuesto a promocionar.

Verificándose que el implementar una nueva marca de leche que contenga buena calidad y precio, un porcentaje muy elevado está dispuesta a promocionar y aseguran que los clientes si adquirirán.

**Pregunta 9.** ¿Considera que la producción de leche abastece la demanda de la población?

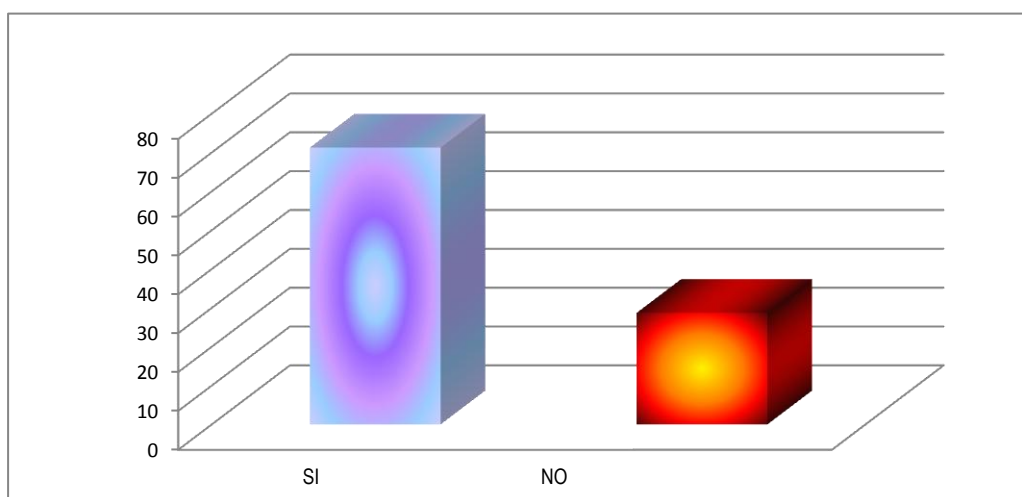
**Cuadro N° 12 Del abastecimiento de este producto de primera necesidad.**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	240	71
NO	98	29
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 11 Del abastecimiento de este producto de primera necesidad.**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Por los resultados obtenidos se puede clarificar que si se hace necesario la creación de una nueva microempresa distribuidora de leche para la ciudad de Ibarra, por ser un producto de primera necesidad en la población, además cabe recalcar que las características que brinda Zuu Leche aún no se presentan en las marcas existentes en el mercado imbabureño.

**Pregunta 10.** ¿Si otra empresa lechera le ofrecería facilidades y mejores márgenes de utilidad y producto de mejor calidad, accedería a expender en su negocio?

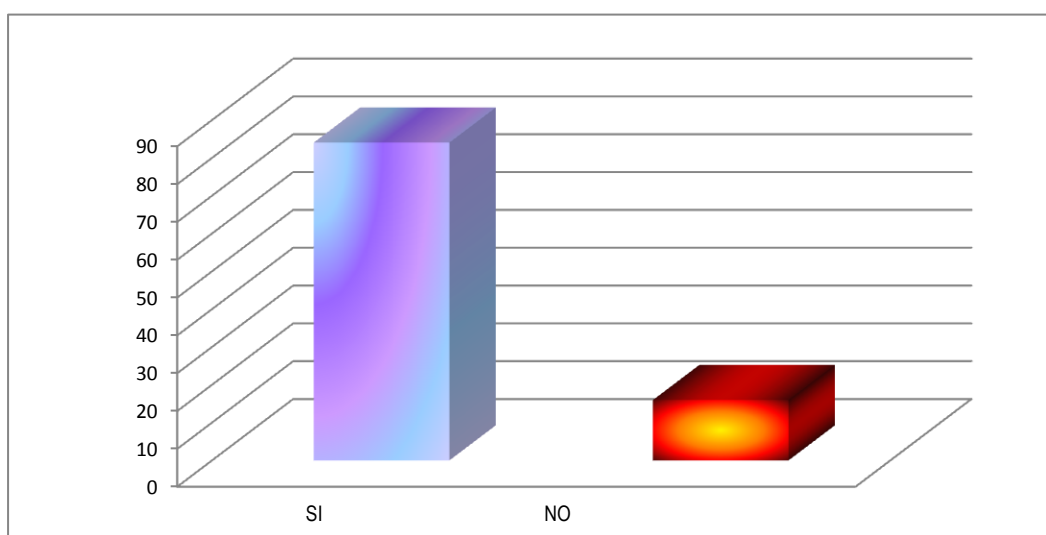
**Cuadro N° 13 De la factibilidad para expender el nuevo producto en su negocio**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	284	84
NO	54	16
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 12 De la factibilidad para expender el nuevo producto en su negocio**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Los comerciantes de las tiendas de abarrotes investigados, en su gran mayoría consideran positiva la idea de expender un nuevo producto que venga a compensar tanto el elevado costo de los existentes y que sus clientes si accederían a comprar este nuevo producto que se estudia introducir al mercado local.

**Pregunta 11.** ¿Qué cantidad de litros de leche promedio usted entrega por tienda en cada visita?

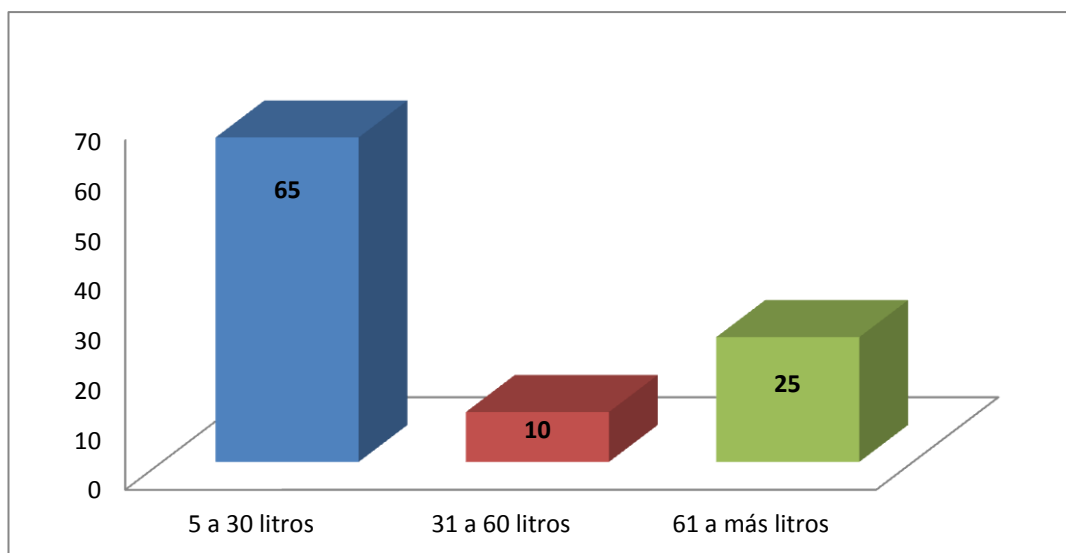
**Cuadro N° 14 Cantidad de distribución**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 a 30 litros	220	65
31 a 60 litros	34	10
61 a más litros	84	25
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico N° 13 Cantidad de Distribución**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes Junio 2013

**Elaborado por:** Los autores

## ANÁLISIS

Los comerciantes de las tiendas de abarrotes investigados, en su gran mayoría consideran entregan la leche entre 5 a 30 litros en cada tienda, según el tamaño de la misma. Consumo que ayudará a determinar el número de unidades a tener en cuenta adquirir, para distribuir en la nueva microempresa.

### **3.8 Oferta**

En la actualidad siete son las empresas que abastecen el mercado de la ciudad de Ibarra sin embargo de lo cual, en ciertos lugares se nota la falta de este producto y se ve amenazado por la comercialización de leche “de medida” que no tiene ni el más mínimo control sanitario.

#### **3.8.1 Análisis de la Oferta**

El presente proyecto busca distribuir y comercializar los productos lácteos de la empresa ZUU LECHE, para abastecer las necesidades de los consumidores, mediante la distribución de los productos a tiendas y abastos del cantón Ibarra. Por lo tanto para el análisis de La oferta se ha tomado referencia los distribuidores de lácteos pertenecientes al cantón Ibarra, de acuerdo a la base de datos de patentes del Ilustre Municipio del cantón.

#### **3.8.2 Comportamiento histórico de la Oferta**

La leche es un producto con poco tiempo de duración y solamente a través de la comercialización responsable se podrá abastecer a un mercado carente de una oferta prospectiva que permita eliminar el monopolio de empresas tradicionales así como el expendio de leche sin el cuidado sanitario correspondiente.

Se utilizó el registro de distribuidores y comerciantes de lácteos del cantón Ibarra, información obtenida de las patentes del municipio de Ibarra. (Ver Anexo 3). Con lo anterior se procedió a realizar la tabulación respectiva, por años.



**Cuadro N° 15 Tabulación por años Comerciantes y Distribuidores de Lácteos**

<b>AÑOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2007	8	19
2008	4	10
2009	8	19
2010	13	31
2011	9	21
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Municipio del Cantón Ibarra

**Elaborado por:** Los autores

De dicha información histórica se estima la tasa de crecimiento de la oferta y las proyecciones para los años subsiguientes, permitiendo de esta manera obtener un aproximado del crecimiento de la oferta. Para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$TASA\ DE\ CRECIMIENTO\ ANUAL = \frac{AÑO\ ACTUAL}{AÑO\ ANTERIOR} - 1$$

**Cuadro N° 16 Determinación de la tasa de crecimiento**

<b>AÑOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>TASA</b>
2007	8	0
2008	4	-0,50
2009	8	1,00
2010	13	0,63
2011	9	-0,31
	<b>TASA</b>	<b>0,16</b>

**Elaborado por:** Los autores

Al aplicar la fórmula se determina una tasa de crecimiento de la oferta del 0,16; con la cual se procede a calcular las proyecciones de la oferta, para los años 2012 al 2016.

### 3.8.3 Proyección de la Oferta

Para determinar la oferta proyectada, mediante la utilización de la tasa de crecimiento obtenida, de los datos históricos, se procede a realizar las proyecciones se utiliza la siguiente fórmula:

$$P_p = P_0(1+i)^n$$

**En donde:**

**Pp** = población proyectada

**Po** = población inicial

**i** = tasa de crecimiento poblacional

**n** = periodo observado

**Cuadro N° 17 Proyección de la Oferta**

<b>AÑOS</b>	<b>DISTRIBUIDORES DE LACTEÓS PROYECTADOS</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
2012	10	125
2013	12	145
2014	14	169
2015	16	196
2016	19	227

**Elaborado por:** Los autores

Estos datos determinan que para el año 2012, existirán 10 distribuidoras de lácteos y serán aproximadamente 19 para el año 2016, relacionando que cada distribuidor abastecerá a 12 tiendas o abastos del cantón, esta información ayudará a determinar la demanda insatisfecha.

### 3.9 Demanda

La apreciación para determinar la demanda en el presente estudio, será determinada las tiendas y abastos existentes en el cantón Ibarra, y su crecimiento para los años proyectados.

#### 3.9.1 Comportamiento histórico de la Demanda.

Establecer el comportamiento histórico de la demanda, se hace referencia al registro de tiendas y abastos pertenecientes al cantón Ibarra de igual forma que la oferta se determinará su crecimiento histórico. Se procede a tabular y determinar cuántos abastos se han registrado cada año. (Ver Anexo 4)

**Cuadro N° 18 Tabulación Abastos del Cantón Ibarra**

AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2007	9	12
2008	19	25
2009	11	14
2010	16	21
2011	22	29
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Los autores

A continuación se obtiene la tasa de crecimiento, con la misma fórmula utilizada en la oferta.

**Cuadro N° 19 Determinación de la tasa de crecimiento de Abastos del cantón Ibarra**

AÑOS	FRECUENCIA	TASA
2007	9	0
2008	19	1,11
2009	11	-0,42
2010	16	0,45
2011	22	0,38
	<b>TASA</b>	<b>0,30</b>

Elaborado por: Los autores

Con la información obtenida de las patentes de tiendas del cantón Ibarra, (ver Anexo 5), se procede a tabular y determinar el número de tiendas registradas por cada año.

**Cuadro N° 20 Tabulación Tiendas del Cantón Ibarra**

<b>AÑOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2007	61	10
2008	72	12
2009	89	14
2010	181	29
2011	219	35
<b>TOTAL</b>	622	100

**Elaborado por:** Los autores

A continuación se obtiene la tasa de crecimiento, con la misma fórmula utilizada en la oferta.

**Cuadro N° 21 Determinación de la tasa de crecimiento de Tiendas del cantón Ibarra**

<b>AÑOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>TASA</b>
2007	61	0
2008	72	0,18
2009	89	0,24
2010	181	1,03
2011	219	0,21
	<b>TASA</b>	0,33

**Elaborado por:** Los autores

La tasa obtenida es de 0,33, la cual se aplicará para proyectar la demanda de este servicio.

### **3.9.2 Proyección de la Demanda**

La estimación de la demanda proyectada, ayudará a determinar la demanda insatisfecha

**Cuadro N° 22 Proyección de la Demanda de Abastos**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA (clientes)</b>
2012	29
2013	37
2014	49
2015	64
2016	83

**Elaborado por:** Los autores

**Cuadro N° 23 Proyección de la Demanda Tiendas**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
2012	292
2013	389
2014	518
2015	689
2016	918

**Elaborado por:** Los autores

Al unificar los resultados obtenidos de la demanda en cuanto a tiendas y abastos se obtiene:

**Cuadro N° 24 Proyección de la Demanda Total**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
2012	320
2013	426
2014	566
2015	753
2016	1001

**Elaborado por:** Los autores

El crecimiento de abastos y tiendas es fundamental para el análisis, ya que son los posibles clientes.

### 3.10. Determinación de la Demanda Insatisfecha

**Cuadro N° 25 Determinación Demanda Insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>( a ) DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>( b ) OFERTA PROYECTADA</b>	<b>( a - b ) DEMANDA INSATISFECHA</b>
2012	320	125	195
2013	426	145	281
2014	566	169	398
2015	753	196	557
2016	1001	227	774

**Elaborado por:** Luz Marina Vallejo y Jorge Moncayo

De acuerdo en el cuadro existe un alto nivel de demanda insatisfecha, la cual se pretende captar con la creación de la microempresa distribuidora y comercializadora de ZU LECHE, además aplicando estrategias de comercialización.

**Cuadro N° 26 Determinación Demanda de leche en tiendas y abastos**

<b>AÑOS</b>	<b>TIENDAS Y ABASTOS</b>	<b>65% encuestados TIENDAS Y ABASTOS</b>	<b>DEMANDA DE LECHE TIENDAS (semanal en litros)</b>	<b>DEMANDA DE LECHE TIENDAS (anual en litros)</b>
2013	195	126	4.410	229.320
2014	281	182	6.370	331.240
2015	398	258	9.030	469.560
2016	557	362	12.670	658.840
2017	774	503	17.605	915.460

**Elaborado por:** Los autores

Para determinar la cantidad a captar de leche a ofrecer por parte de la microempresa que se va a crear, se debe establecer la necesidad que estas presentan tomando como referencia la cantidad de tiendas y abastos que se van a crear para los años subsiguientes, y la cantidad que los comerciantes distribuyen en litros (Ver Gráfico 13), tomando el rango

menor que es de 5 litros diarios, por siete días a la semana, y 52 semanas al año.

Del total de la demanda de leche insatisfecha para las nuevas tiendas y abastos se captará para el primer año el 50% aproximadamente.

### 3.11 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

La comercialización de la nueva marca Zu Leche en el cantón Ibarra, se la realizará a través de estrategias que se plantean posteriormente, a continuación los productos a comercializar:

**Gráfico N° 14 Zuu leche Entera**







Gráfico N° 15 Zuu Leche chocolatada



Gráfico N° 16 Zuu Yogurt





### **3.11.1 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN**

La competencia existente, incentiva a la nueva microempresa a buscar nuevos canales de distribución, para tener éxito en ventas del producto.

Para llegar al consumidor final se ha escogido el canal de distribución (fabricante- comercializador- minoristas), de tal manera cumplir con las necesidades de los clientes, e introducir el producto directamente a los minoristas, que vienen a ser las tiendas, abastos y víveres del cantón Ibarra.

### **3.11.2 ESTRATEGIAS CON RELACIÓN A LA PROMOCIÓN**

Estrategia de penetración en el mercado, donde mediante la utilización de los medios masivos de comunicación local (radio, televisión y prensa) se generará la aceptación y retención de Zu Leche, en la mente de cada uno de los consumidores. En el canal local tvn y el canal perteneciente a la

Universidad Técnica del Norte; la radio que presenta mayor radioescuchas radio CANELA 92.7; y radio EXA 93.9.

Realizar brigadas de promoción en diferentes puntos de la Ciudad:

Las brigadas se realizarán una vez por semana, los sábados, en un punto diferente cada semana, esto es que la campaña durará 6 semanas, una en cada lugar. En estas brigadas se obsequiarán llaveros, bolígrafos y productos muestra. Los horarios para estas actividades será de 12 hrs. a 14 hrs. Y se contará con equipos de sonido para hacer más llamativas las brigadas.

Consiste en juntar las etiquetas del producto y canjearlas por producto por una módica cantidad de dinero.

Se utilizaran 1000 carteles tamaño carta a todo color, mostrando las bases del canje y dando publicidad de Zuu Leche. Estos serán distribuidos en cada punto de venta, ya que estos también servirán de Centro de Canje. Como se va a distribuir en tiendas abastos y víveres del cantón Ibarra, esto ocasiona que la población, cimente la imagen de Zuu Leche, más rápidamente.

### **3.12 CONCLUSIÓN**

Luego de haber realizado el análisis de la demanda, oferta, y determinar la demanda insatisfecha, así como también de los posibles consumidores se puede decir que un representativo grupo de personas, consumirá leche en su alimentación diaria, además garantizando la calidad del producto; esto permite expresar que la microempresa comercializadora y distribuidora de leche, continuará en crecimiento, ya que este tipo de producto es indispensable en la alimentación de las personas. Además mediante el empleo de una adecuada promoción y publicidad se logrará posicionarse en el mercado y cubrir la demanda insatisfecha, está basada en el crecimiento de tiendas y abastos del cantón Ibarra, ya que ellos van a ser nuestros clientes a los cuales se les distribuirá el producto.

Cabe aclarar además que la demanda de leche, también crece de acuerdo a como se incrementa la población, ya que la Organización Mundial de la Salud determina que el consumo de lácteos por persona al año debe ser como mínimo de 160 litros, información que conlleva a determinar la factibilidad y necesidad de implantar la microempresa de comercialización de ZUU leche.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

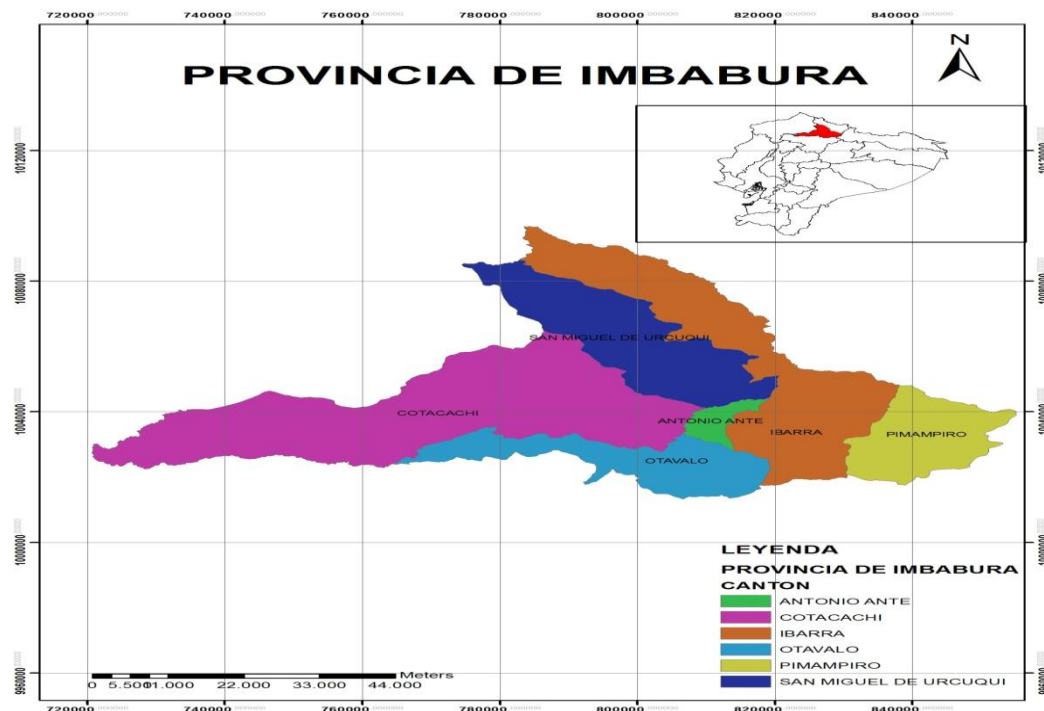
El estudio técnico estará dirigido a determinar la localización y el tamaño más conveniente que tendrá las instalaciones de la distribuidora y comercializadora de leche.

El objetivo del Estudio Técnico es proporcionar la información necesaria acerca de la ingeniería del proyecto con el fin de conocer la magnitud de los costos e inversiones pertinentes del proyecto.

#### 4.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se localiza en el Ecuador, en la Provincia de Imbabura, en la Ciudad de Ibarra. A continuación la provincia de Imbabura y sus cantones.

**Figura N° 1 Mapa provincia de Imbabura**



Fuente: IGM. 250.000  
Elaborado por: Arcgis 10

## 4.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas.

Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

**Figura N° 2 Cantón Ibarra**



**Fuente:** IGM. 250.000

**Elaborado por:** Arcgis 10

### 4.3 UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Dentro de la ciudad de Ibarra, se ha seleccionado como lugar óptimo para la instalación de la microempresa de distribución y comercialización con las oficinas administrativas y punto de distribución en la Urbanización Yacucalle, es un lugar que está en el centro de la ciudad, cuenta con todos los servicios básicos y además existe varias oportunidades para el arriendo de las instalaciones.

**Figura N° 3 Plano Ibarra**



**Fuente:** <http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/77-ibarra/datos-generales>

Los factores que se tomaron en cuenta para la ubicación de la microempresa son:

#### **a) Vías de comunicación**

A más de la principal vía la Panamericana el Cantón Ibarra cuenta con otras vías secundarias de camino empedrado que conecta Ibarra con

Zuleta y la carretera asfaltada que conecta Ibarra con San Lorenzo y el destino turístico Las Peñas. En relación al acceso a las parroquias las vías son en su mayoría secundarias y su estado de conservación varía de acuerdo a la época del año y su mantenimiento, siendo el promedio buenas.

**b) Disponibilidad de mano de obra.**

La mano de obra es muy importante, porque de ella depende el éxito del proyecto o el progreso de la empresa. Por ello, no se deben escatimar recursos, y designar al personal capacitado para ocupar los puestos en la nueva unidad productiva.

**c) Disponibilidad de servicios básicos.**

Los servicios básicos disponibles en el cantón son necesarios para la población y en este caso, para la creación de la microempresa y el desarrollo de las actividades.

**d) Factores ambientales**

El clima de la ciudad es templado seco-mediterráneo, dado que Ibarra se halla en un valle y es modificado tanto por los vientos que llegan desde los valles y dehesas que son vientos cálidos y secos, como por los vientos que llegan desde los Andes y las partes altas que son vientos frescos y fríos, que le dan a Ibarra un clima templado y agradablemente. Ibarra tiene una temperatura promedio de 18 grados, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año.

#### **4.4 PRODUCTOS ZUU LECHE A DISTRIBUIR**

**Leche ultrapasteurizada UHT.**

La leche cruda es un producto con una gran cantidad de sustancias nutritivas, también se puede constituir un medio para el desarrollo de



microorganismos, razón por la cual se torna necesario y obligatorio someterla a algún proceso térmico previo a su utilización a fin de garantizar su total inocuidad.

Uno de los objetivos de la industria láctea moderna es obtener una leche fluida, fresca, de mayor duración, sin alterar mayormente las propiedades nutricionales y organolépticas (sabor y aroma) originales, y destruyendo la mayor parte posible de la flora banal de la leche.

En la actualidad los procesos de pasteurización y ultrapasteurización buscan un equilibrio entre tiempo de conservación y calidad nutritiva y el proceso UHT es uno que cumple con esos requisitos conservando las propiedades nutricionales y alargando el proceso de conservación. Hoy la leche UHT puede tardar hasta cinco meses en caducar (sin abrir el envase).

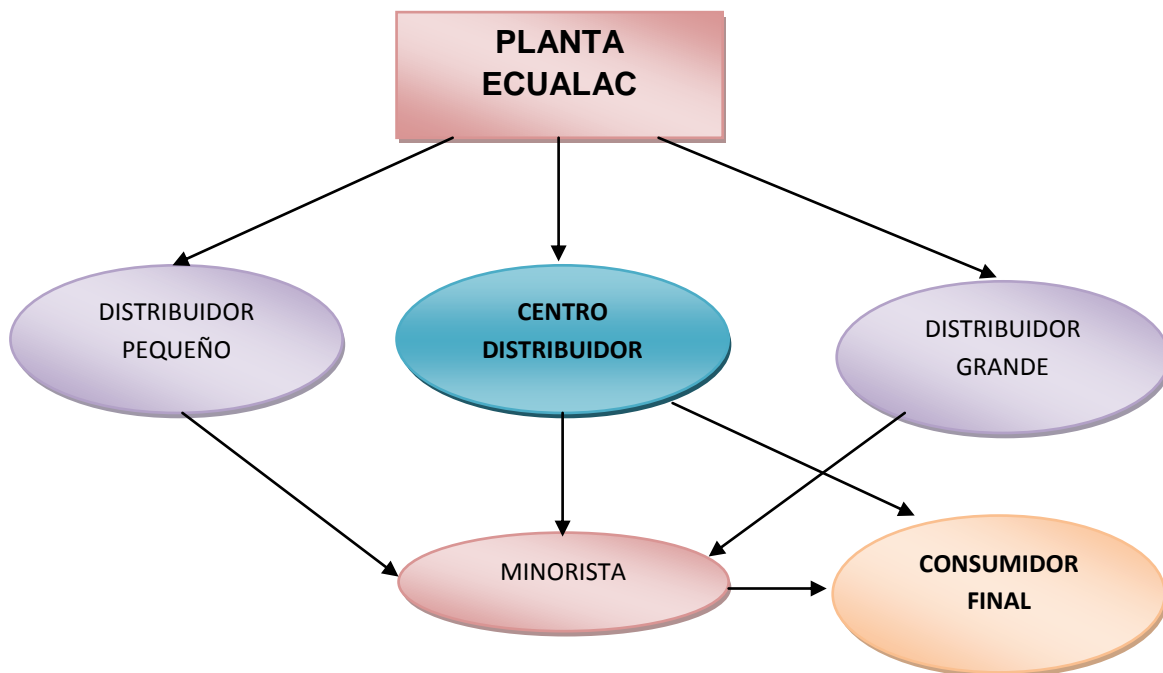
Ecuador establece Normas INEN 3 (leche y Productos Lácteos Terminología) y la INEN 10 (conocimientos básicos sobre leche) que la leche cruda es el producto integro sin adición, ni sustracción alguna.

Para llevar a cabo el proceso de fabricación de lácteos se debe inspeccionar las características de la materia prima, que va hacer utilizada, verificando la caracterización de la leche fresca que permita obtener un promedio de las características organolépticas y físico – químicas de la leche.

La actividad a desarrollar la microempresa es la distribución exclusiva de ZUU LECHE, la planta de este producto pertenece a la empresa ECUALAC, la cual se encuentra en Machachi, Barrio El Tambo, una empresa que brinda sus productos por varios años en el mercado ecuatoriano, buscando cubrir todo el país.

A continuación el diagrama de comercialización que se estima realizar.

**Figura N° 4 Diagrama de Comercialización**



**Elaborado por:** Los autores

### **Leche Ultra pasteurizada.**

Cada día se va imponiendo más, en aquellos países con alto desarrollo en la producción y consumo de lácteos, el concepto de productos frescos de mayor duración. En este sentido, en los Estados Unidos, por ejemplo, el 98 % de las leches que se consumen son frescas y una gran parte de ellas son ultra pasteurizadas.

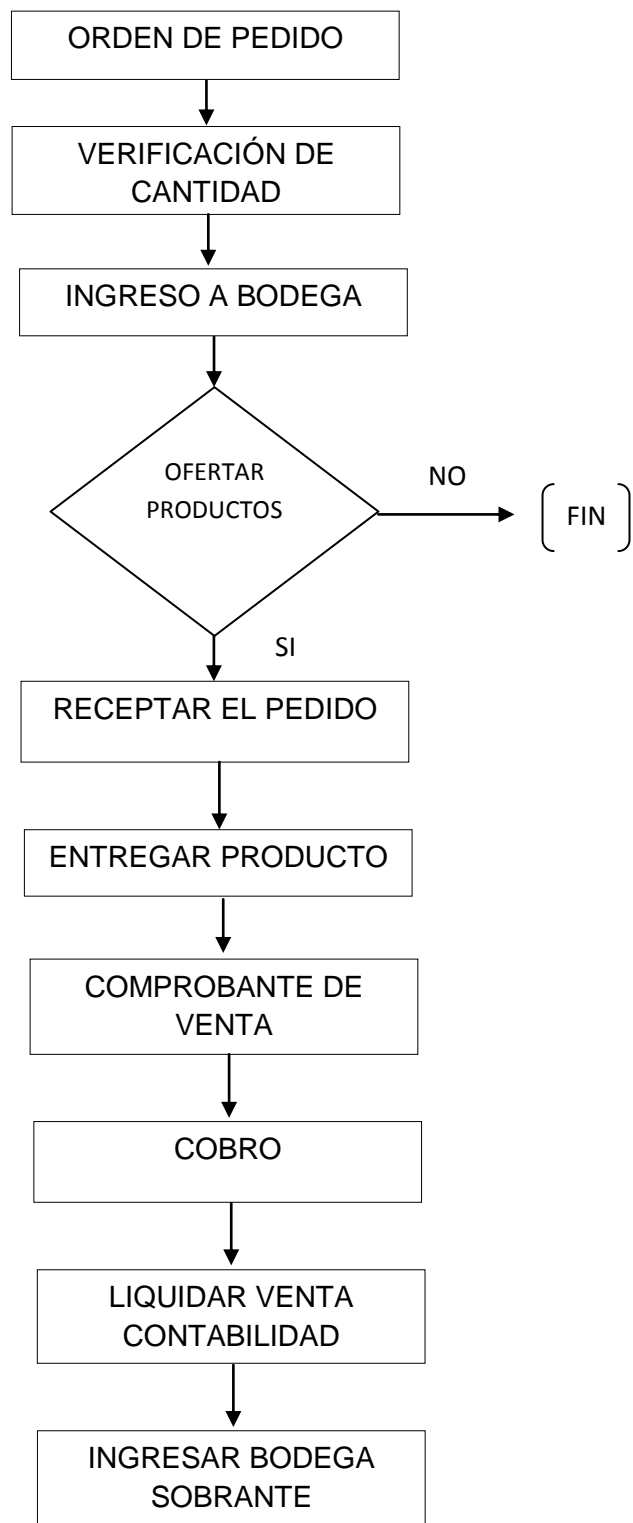
Este procedimiento de ultra pasteurización aporta a la leche fresca una mayor duración en su envase cerrado y refrigerado, pudiéndose conservar hasta 25 días según el tipo de envase. Este tipo de tratamiento térmico se lleva a cabo con temperaturas más altas y tiempos más cortos que los de la pasteurización. Así se eliminan totalmente los gérmenes

patógenos y la casi totalidad (más del 99,9 %) de la flora láctica, admitiendo un valor máximo de 1000 b/ml en este producto final, valor que esté muy por debajo de aquellos de la leche pasteurizada convencional.

El proceso de ultra pasteurización consiste en someter a la leche a un tratamiento térmico de por lo menos 3 segundos a una temperatura mínima de 138 °C y enfriarla inmediatamente a menos de 5 °C, para luego colocarla en envases estériles y herméticamente cerrados.

El principio fundamental es reducir las causas principales de la “reinfeción” del producto durante el procesamiento y el envasado, para extender la duración del producto. Esto requiere de un nivel de higiene extremadamente alto, y una temperatura de preservación muy baja, de modo tal que al conservarse en un ambiente frío la leche pueda mantener su vida útil y que sus propiedades sean similares a las de la leche pasteurizada.

**Figura N° 5 Flujograma del proceso**



**Elaborado por:** Los autores

## 4.5 ASPECTOS DE INGENIERÍA DEL PROYECTO

En el presente proyecto se estima distribuir: leche ultra pasteurizada, en diferentes presentaciones de un, medio y cuarto de litro; yogurt de diferentes sabores en presentación de 500 gramos y de vaso de seis unidades con cereal; además de leche saborizada, a ser distribuidas en las diferentes tiendas y abastos del cantón.

Como se indica en el estudio de mercado son 195 tiendas o abastos del cantón, proyectadas para el primer año, que necesitaría ser abastecidas de este producto de primera necesidad y de consumo diario de la población, además de los locales ya existen que sin duda alguna, recibirán el nuevo producto, para el consumo de los habitantes.

## 4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

Las inversiones que necesita para materializar el proyecto de elaboración de productos lácteos se detalla a continuación:

### 4.6.1 Inversiones Fijas

#### Muebles y Enseres

Por concepto de muebles y enseres se tendrá una inversión de \$ 1.510,00 dólares; cuyas partidas son las siguientes:

**Cuadro N° 27 Muebles y Enseres**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (en dólares)
Escritorio Ejecutivo	3	140	420,00
Silla ejecutiva giratoria	3	155	465,00
Sillas sencillas	5	42	210,00
Archivador	2	110	220,00
Librero	1	195	195,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.510,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

## Equipo de Computación

En equipo de computación, se realizará la adquisición de los siguientes:

**Cuadro N° 28 Equipo de Computación**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (en dólares)
CORE i3 capacidad de disco duro de 500 Gb. Con accesorios	1	980,00	980,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 980,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

## Maquinaria y Equipo

En la comercialización y distribución de los productos de ECUALAC en la ciudad de Ibarra se necesitará de la siguiente maquinaria:

### **Cámara frigorífica.**

Usada fundamentalmente para el almacenamiento del producto terminado, se lo utiliza para mantener el producto a una temperatura determinada de  $-18^{\circ}\text{C}$  –  $20^{\circ}\text{C}$ , con el fin de evitar el crecimiento de bacterias e impedir algunas reacciones químicas no deseadas que pueden tener lugar a temperatura ambiente; consta de un compresor y motor, tienen la potencia y tamaño suficientes para manejar un mayor volumen de refrigerante con una presión menor en el evaporador.

**Cuadro N° 29 Maquinaria y Equipo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (en dólares)
Cámara Frigorífica	1	1.800,00	1.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.800,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

#### 4.6.2 Costos de Ventas

El costo de ventas se determina con la información obtenida de la empresa Ecuallac, la cual proveerá de los productos a distribuir.

El departamento de ventas de la empresa Ecuallac, a cargo del Ingeniero Carlos Chimba, jefe de ventas de la misma, facilitó la información de los precios para distribuidores, calidad de producto, forma de entrega, garantías y otras inquietudes de vital importancia.

Sobre la lista de precios adjunta se aplica un descuento de acuerdo al monto de adquisiciones, como políticas de venta de Ecuallac.

A continuación las unidades y costo de ventas totales para el primer año, en forma mensual y semanal.

**Cuadro N° 30 Costo de Ventas**

DESCRIPCIÓN	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Unidades Leche Pasteurizada UHT (1Litro)	2.166	9.388	112.651
Unidades de Yogurt	323	1.400	16.800
Unidades Leche Pasteurizada Saborizada 250 gr	28	120	1.440
Unidades de Yogurt con cereal 50 gr (6unidades)	258	1.120	13.440

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

#### 4.6.3 Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se tendrá en consideración las partidas siguientes: sueldo administrativo, suministros de oficina, pago de servicios básicos administrativos y de ventas.

#### **Gastos de Constitución.**

Los Gastos de Constitución que generará la empresa, corresponden a las partidas de: permiso municipal, bomberos, sanitarios, Registro Único de

Contribuyentes, Patente e Impuestos Prediales. El monto de estos gastos es de 500 dólares.

**Cuadro N° 31 Gastos de Constitución**

DESCRIPCIÓN	TOTAL (en dólares)
Gastos de constitución	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$500,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### **Sueldo Administrativo**

Los sueldos administrativos, está determinado para el Gerente, se detalla los gastos con todos los beneficios establecidos por el Código de Trabajo.

**Cuadro N° 32 Gasto Sueldos Administrativos (en dólares)**

**GERENTE**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	600,00	7.200,00
Aporte Patronal	72,90	874,80
Fondos de Reserva		
Décimo Tercer Sueldo	50,00	600,00
Décimo Cuarto Sueldo	26,50	318,00
<b>TOTAL</b>	<b>749,40</b>	<b>8.992,80</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### **Asesoría Contable**

En lo referente a la contabilidad y obligaciones tributarias, se contratara los servicios temporales de un profesional capacitado.

**Cuadro N° 33 Gasto Servicios Profesionales (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Gasto Servicio Asesoría Contable	200,00	2.400,00

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.



### Suministros de Oficina

El presente gasto de suministros de oficina está considerado mensualmente, de \$25,00

### Servicios Básicos

Dentro de los servicios básicos, está tomado en cuenta, energía eléctrica, servicio telefónico, agua potable, internet, estimado a continuación:

**Cuadro N° 34 Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ANUAL (en dólares)
<b>Energía Eléctrica</b>		1.512,00
Consumo (Kwh)	18.000,00	
Precio (Kwh)	\$0,08	
<b>Agua</b>		39,60
Consumo (m3)	120,00	
Precio (m3)	\$0,33	
<b>Teléfono</b>		240,00
Consumo (min)	2.400,00	
Precio (min)	\$0,10	
<b>Internet</b>		240,00
Plan \$ 20	\$240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$2.031,60</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### Gasto Arriendo

El local a ser utilizado, será en el sector de Yacucalle de la ciudad de Ibarra.

**Cuadro N° 35 Gasto Arriendo (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Gasto Arriendo	\$240,00	\$2.880,00

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

#### 4.6.4 Gastos de Ventas

Los gastos de ventas esta determinado como partida, el sueldo de un mercadologo, encargado de la comercialización de los productos, el transporte por distribución, tomando como gasto transporte, a los gastos que se incurran en el mantenimiento y combustible del vehículo y la publicidad.

##### a) Sueldo en Ventas

Considerado el sueldo en ventas para el personal encargado de distribuir y comercializar el producto.

**Cuadro N° 36 Gastos Sueldo en Ventas (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	450,00	5.400,00
Aporte Patronal	54,68	656,10
Fondos de Reserva		
Décimo Tercer Sueldo	37,50	450,00
Décimo Cuarto Sueldo	26,50	318,00
<b>TOTAL</b>	<b>568,68</b>	<b>6.824,10</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

##### b) Gasto Transporte por Distribución de los Productos

Este gasto, será de gran importancia para la distribución y comercialización de los productos, por esta razón se estima adquirir una camioneta, con el equipamiento adecuado, para el transporte de los productos. Determinando en este rubro todos los gastos que el vehículo incurra, en lo referente a mantenimiento y combustible.

**Cuadro N° 37 Gasto Transporte en Ventas**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
<b>COMBUSTIBLES</b>					
CANTIDAD GALONES	588	630	672	714	756
PRECIO GALÓN	\$1,02	\$1,05	\$1,07	\$1,09	\$1,12
<b>VALOR</b>	<b>\$601,35</b>	<b>\$658,93</b>	<b>\$718,81</b>	<b>\$781,07</b>	<b>\$845,79</b>
<b>LUBRICANTES</b>					
CANTIDAD GALONES	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
PRECIO GALÓN	\$16,36	\$16,73	\$17,11	\$17,50	\$17,90
<b>VALOR</b>	<b>\$98,18</b>	<b>\$100,41</b>	<b>\$102,69</b>	<b>\$105,02</b>	<b>\$107,40</b>
<b>REPUESTOS</b>					
<b>FILTRO</b>					
CANTIDAD FILTROS	6	6	6	6	6
PRECIO FILTRO	\$3,58	\$3,66	\$3,74	\$3,83	\$3,92
<b>VALOR</b>	<b>\$21,48</b>	<b>\$21,96</b>	<b>\$22,46</b>	<b>\$22,97</b>	<b>\$23,49</b>
<b>NEUMATICOS</b>					
CANTIDAD	4	4	4	4	4
PRECIO	\$132,95	\$135,97	\$139,06	\$142,21	\$145,44
<b>VALOR</b>	<b>\$531,80</b>	<b>\$543,88</b>	<b>\$556,22</b>	<b>\$568,85</b>	<b>\$581,76</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.252,81</b>	<b>\$1.325,17</b>	<b>\$1.400,18</b>	<b>\$1.477,91</b>	<b>\$1.558,45</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### **c) Gasto Publicidad**

El gasto de publicidad, se realizara difusión en radio y diarios de la localidad para el conocimiento de los productos.

**Cuadro N° 38 Gasto Publicidad (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Publicidad	50,00	600,00
Diario	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>75,00</b>	<b>900,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

#### 4.6.5 Capital de Trabajo

Para la determinación del capital de trabajo se determinará una semana, esto de acuerdo al tiempo de comercialización y distribución, ECUALAC realiza dos entregas por semana, directamente al local distribuidor.

**Cuadro N° 39 Capital de Trabajo (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	VALOR		
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Costo de Ventas	1.577,89	6.837,54	82.050,49
<b>Gastos Administrativos</b>			
Sueldo Personal Administrativos	172,94	749,40	8.992,80
Suministros de Oficina	5,77	25,00	300,00
Gasto Arriendo	55,38	240,00	2.880,00
Gasto Servicios Profesionales	46,15	200,00	2.400,00
Servicios Básicos	39,07	169,30	2.031,60
<b>Gastos de Ventas</b>			
Sueldo Personal Ventas	131,23	568,68	6.824,10
Publicidad	17,31	75,00	900,00
Gasto transporte	24,09	104,40	1.252,81
<b>SUBTOTAL</b>	2.069,84	8.969,32	107.631,80
Imprevistos 5%	103,49	448,47	5.381,59
<b>TOTAL</b>	<b>2.173,33</b>	<b>9.417,78</b>	<b>113.013,39</b>

**Fuente:** Investigación de Campo Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

**Nota:** El 5% de imprevisto se establece al posible ajuste de precios por efectos inflacionario.

## CAPÍTULO V

### ESTRUCTURA ORGÁNICA Y ADMINISTRATIVA

#### 5.1 LA MICROEMPRESA

La microempresa que se va a constituir se denominará “Zuu LECHE”, con domicilio en la ciudad de Ibarra, Urbanización Yacucalle. La actividad a realizar es la de distribución de productos lácteos ecuatorianos de la industria Ecuallac, ubicada en Machachi.

**Figura N° 6 ECUALAC**



#### 5.2 LOGOTIPO

**Figura N° 7 Logotipo propuesto**



### **5.3 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.**

Para constituir la microempresa se debe recalcar que estará integrada por tres trabajadores o empleados. En lo referente a la organización del capital es sociedad, ya que será cubierto por los autores.

Entre los trámites que se debe realizar tenemos:

#### **Patente y el permiso del municipio**

- Copia de cédula y certificado de votación
- Copia del RUC
- Copia de la última declaración del IVA
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Formulario de declaración de la patente compra en tesorería
- Si el local es arrendado traer contrato de arriendo

#### **Permiso de Cuerpo de Bomberos**

- Solicitar la inspección del local a utilizarse.
- Copia de cédula y RUC
- Después de inspección emiten el número de accesorios de primeros auxilios que debe tener el local.
- Como el número de extintores
- Detectores de humo
- Señaléticas
- Salida de emergencias, entre otras.

## **Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud y el Registro Sanitario**

- Solicitar la ficha de inspección a realizarse del local.
- Documentos que pruebe la existencia del establecimiento y la representación legal del gerente, RUC.
- Descripción detallada de los productos, y el registro de proveedores.
- Certificado del material de envase con especificación calidad alimentaria, proporciona el proveedor, ficha técnica.
- Certificados de salud de los empleados o involucrados en la manipulación del producto.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de cédula y papeleta de votación

### **5.3.1 Misión**

La misión define las bases para la acción, dando a conocer la actividad de la microempresa, y generar el compromiso de sus miembros, para lograr los objetivos de la misma.

*Ser una microempresa comercializadora y distribuidora de productos lácteos ECUALAC, de calidad que satisfagan a nuestros consumidores, y así crecer en forma sostenida, generando beneficios para los propietarios, empleados y la comunidad a través de la eficiencia de comercialización, integrada con un equipo humano capaz, ético, y orientado al servicio de los clientes.*

### **5.3.2 Visión**

Plantear la visión de la microempresa, logra comprometer a los involucrados, en saber hacia dónde se desea llevar a la organización.

*Consolidarse en cinco años, como una microempresa distribuidora de productos lácteos, buscando que sean reconocidos por su calidad, innovación y precio justo; tener presencia en la zona norte del país; el equipo humano estará comprometido con los objetivos de la microempresa, será reconocido su esfuerzo personal y de grupo; logrando su sostenibilidad a través de su eficacia.*

#### **5.4 VALORES CORPORATIVOS DE LA MICROEMPRESA**

**Calidad.** Los clientes llevarán con sus compras productos lácteos ecuatorianos de calidad.

**Servicio al cliente.** Todas las personas que trabajan en Zuu Leche, deben buscar la mejor forma de servir a sus clientes, con eficiencia.

**Competencia Leal.** Nuestras propagandas y estrategias de promoción y distribución de los productos no caerán en la degradación hacia la competencia.

**Integradora.** Implementar actividades en las que los clientes, empleados y proveedores se sientan parte de la organización, como entes de suma importancia.

#### **5.5 POLÍTICAS GENERALES**

- El gerente debe cumplir las leyes y reglamentos que la secretaria de Salud tenga vigente.
- El personal que integre la microempresa se encargará de brindar un trato justo y esmerado a todos los clientes.
- Es responsabilidad de todos los integrantes de la microempresa propiciar una estrecha comunicación, en el desarrollo de nuestras actividades, manteniendo un espíritu de cooperación.

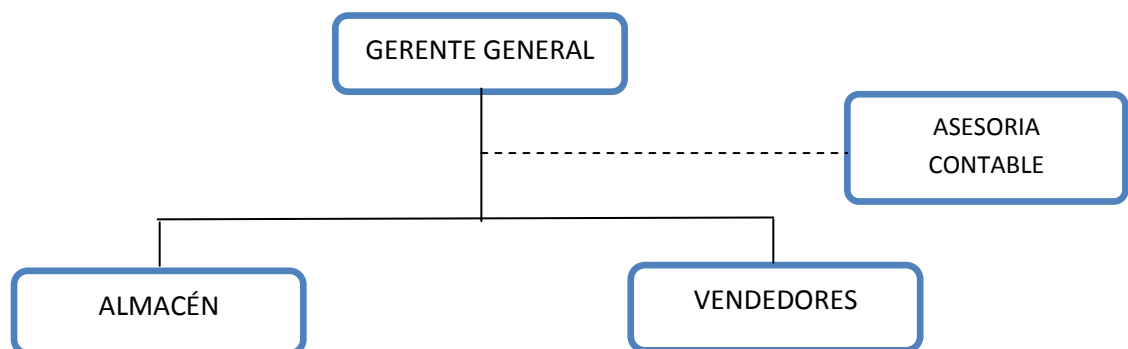


- El gerente debe promover como parte fundamental en la distribución de nuestros productos, la seguridad dentro de las instalaciones y el respeto entre los que laboren dentro y fuera de la microempresa.
- El gerente debe preservar el entorno ambiental y la seguridad en el trabajo.
- Todos los integrantes de la microempresa deben mantener un comportamiento ético.

## 5.6 ESTRUCTURA ORGÁNICA

Un organigrama es la representación gráfica de las más importantes posiciones jerárquicas de una organización. A continuación el organigrama propuesto.

**Figura N° 8 Organigrama Estructural**



**Elaborado por:** Los autores

## 5.7 ORGÁNICO FUNCIONAL

En el ámbito empresarial uno de los retos más importantes a los que se enfrenta el propietario es la determinación de las funciones y actividades que se les debe asignar a cada puesto de trabajo, ya que de una acertada distribución dependerá el grado de eficiencia del mismo.

**Cuadro N° 40 Gerente**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DE CARGO:	Gerente
ÁREA DE TRABAJO:	Administrativo
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO:	Uno (1)
SUPERVISA A: A todo el personal.	DEPENDE DE: Propietario
FINALIDAD DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Representar legalmente a la microempresa.</li> <li>✓ Conducir la gestión del negocio y la marcha administrativa de la microempresa.</li> <li>✓ Asegurar la disponibilidad de recursos económicos, financieros, tecnológicos y humanos.</li> <li>✓ Definir y hacer una planificación de las metas y objetivos de la microempresa.</li> <li>✓ Desarrollar y planear campañas publicitarias, conjuntamente con el apoyo de ECUALAC.</li> </ul>	
DEBERES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Seleccionar, contratar y controlar el personal.</li> <li>✓ Realizar guías para establecer y mantener las políticas de la empresa.</li> <li>✓ Representar legalmente a la microempresa.</li> <li>✓ Promover los intereses y buena imagen de la microempresa en las actividades.</li> </ul>	
REQUISITOS Y CONDICIONES REQUERIDOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudios superiores en administración o carreras afines.</li> <li>✓ Tener conocimientos en gerencia empresarial.</li> <li>✓ Poseer tiempo de experiencia mínima de un año, en el área administrativa y contable.</li> <li>✓ Manejar aspectos específicos importantes, tales como. Recursos humanos, toma de decisiones.</li> <li>✓ Capacidad para relacionarse con sus compañeros de trabajo.</li> </ul>	

**Elaborado por:** Los autores

**Cuadro N° 41 Bodeguero – Despachador**

DESCRIPCION DEL CARGO	
DENOMINACION DE CARGO:	Bodeguero
ÁREA DE TRABAJO:	Ventas -Almacén
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO:	Uno (1)
SUPERVISA A: N/A Gerente	DEPENDE DE:
FINALIDAD DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Programar y controlar la distribución.</li> <li>✓ Organizar y mantener inventario de los productos para la venta.</li> <li>✓ Manejar las políticas de calidad de la microempresa.</li> <li>✓ Controlar el correcto funcionamiento de equipos y materiales.</li> <li>✓ Realizar la distribución de los productos de Ecuallac.</li> </ul>	
DEBERES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizar y dirigir la distribución de los productos.</li> <li>✓ Realizar programas de mantenimiento preventivo y correctivo de la planta (cuarto frio)</li> <li>✓ Vigilar la calidad de los productos para la venta.</li> </ul>	
REQUISITOS Y CONDICIONES REQUERIDOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título de Bachiller.</li> <li>✓ Capacidad de liderazgo.</li> <li>✓ Poseer excelentes referencias personales y laborales.</li> </ul>	

**Elaborado por:** Los autores

### Cuadro N° 42 Vendedor

DESCRIPCION DEL CARGO	
DENOMINACION DE CARGO:	Vendedor
ÁREA DE TRABAJO:	Ventas
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO:	Uno (1)
SUPERVISA A: N/A	DEPENDE DE: Gerente
FINALIDAD DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Programar y controlar la distribución.</li> <li>✓ Organizar y mantener inventario de los productos para la venta.</li> <li>✓ Manejar las políticas de calidad de la microempresa.</li> <li>✓ Controlar el correcto funcionamiento de equipos y materiales.</li> <li>✓ Supervisar la distribución.</li> </ul>	
DEBERES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizar y dirigir la distribución de los productos.</li> <li>✓ Realizar programas de mantenimiento preventivo y correctivo de la planta.</li> <li>✓ Vigilar la calidad de los productos para la venta.</li> </ul>	
REQUISITOS Y CONDICIONES REQUERIDOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título de bachiller.</li> <li>✓ Licencia de Conducir.</li> <li>✓ Excelentes referencias personales y laborales.</li> <li>✓ Poseer experiencia por lo menos de un año en la distribución de productos.</li> <li>✓ Capacidad de organización y responsabilidad.</li> </ul>	

**Elaborado por:** Los autores

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO ECONÓMICO**

#### **6.1 INVERSIONES DEL PROYECTO**

Del estudio técnico realizado genera como resultado que el presente proyecto tendrá una inversión de \$ 29.153,33 detallada a continuación:

**Cuadro N° 43 Resumen de Inversiones del Proyecto**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	2.173,33
INVERSIÓN FIJA	26.980,00
<b>TOTAL</b>	<b>29.153,33</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

#### **6.2.INGRESOS POR VENTAS**

##### **6.2.1 Volumen de Ventas (en unidades)**

Para determinar las unidades de ventas de los productos a distribuir, está fundamentada en el estudio de mercado, de acuerdo al número de locales que se incrementan cada año en cuanto a tiendas y abastos, y el crecimiento de la población del cantón Ibarra, y el consumo de lácteos al año.

##### **6.2.2 Precio de venta**

El precio que se determina para cada producto, es el 40% más sobre el costo, además para los siguientes años se estima un incremento del

2,27% anual, tomando como referencia la inflación acumulada agosto 2013.

### 6.2.3 Venta Neta

Las ventas netas están determinadas por el volumen de ventas estimado anteriormente, y el precio.

**Cuadro N° 44 Ventas Netas Proyectado para 5 años**

<b>DESCRIPCIÓN Precio Promedio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Cantidad leche ultra pasteurizada (1 litro)	112.651	135.181	162.217	194.661	233.593
Precio de venta	\$0,68	\$0,70	\$0,71	\$0,73	\$0,75
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$76.963,16</b>	<b>\$94.452,27</b>	<b>\$115.915,61</b>	<b>\$142.256,27</b>	<b>\$174.582,58</b>
Cantidad de yogurt 500 gramos	16.800	20.160	24.192	29.030	34.836
Precio de venta	\$0,71	\$0,73	\$0,75	\$0,76	\$0,78
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$11.995,20</b>	<b>\$14.720,99</b>	<b>\$18.066,19</b>	<b>\$22.171,55</b>	<b>\$27.209,81</b>
Cantidad de leche saborizada	1.440	1.728	2.074	2.488	2.986
Precio de venta	\$3,36	\$3,44	\$3,51	\$3,59	\$3,68
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$4.838,40</b>	<b>\$5.937,88</b>	<b>\$7.287,20</b>	<b>\$8.943,15</b>	<b>\$10.975,39</b>
Cantidad de yogurt vaso con cereal (6 unidades)	13.440	16.128	19.354	23.224	27.869
Precio de venta	\$1,57	\$1,60	\$1,64	\$1,68	\$1,72
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$21.073,92</b>	<b>\$25.862,76</b>	<b>\$31.739,81</b>	<b>\$38.952,37</b>	<b>\$47.803,90</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$114.870,68</b>	<b>\$140.973,90</b>	<b>\$173.008,81</b>	<b>\$212.323,33</b>	<b>\$260.571,68</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### 6.3 COSTO DE VENTA

Se detallará el costo de ventas el cual está determinado por la empresa que proveerá del producto ECUALAC.

**Cuadro N° 45 Costo de Venta**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Unidades Leche Pasteurizada UHT (1Litro)	112.651	135.181	162.217	194.661	233.593
Costo de Venta por unidad	\$ 0,49	\$ 0,50	\$ 0,51	\$ 0,52	\$ 0,53
Unidades de Yogurt	16.800	20.160	24.192	29.030	34.836
Costo de Venta por unidad	\$ 0,51	\$ 0,52	\$ 0,53	\$ 0,55	\$ 0,56
Unidades Leche Pasteurizada Saborizada 250 gr	1.440	1.728	2.074	2.488	2.986
Costo de Venta por unidad	\$ 2,40	\$ 2,45	\$ 2,51	\$ 2,57	\$ 2,63
Unidades de Yogurt con cereal 50 gr (6unidades)	13.440	16.128	19.354	23.224	27.869
Costo de Venta por unidad	\$ 1,12	\$ 1,15	\$ 1,17	\$ 1,20	\$ 1,23
<b>TOTAL</b>	<b>\$82.050,49</b>	<b>\$100.695,64</b>	<b>\$123.577,72</b>	<b>\$151.659,52</b>	<b>\$186.122,63</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

## **6.4 GASTOS OPERACIONALES**

### **6.4.1 Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos son los que se originan por el control de las operaciones administrativas. Para la proyección de los cinco años, se basará en el 2,27% cada año, de acuerdo a la inflación agosto 2013.

En el área administrativa se requiere de los servicios de un administrador quien guie la microempresa, por tanto se genera un gasto de sueldo de gerente, la proyección de los sueldos se la realiza con el 7,92%, siendo la tasa de crecimiento histórica del sueldo básico unificado. A continuación los rubros a devengar.

### Cuadro N° 46 Gasto Sueldos Administrativos (en dólares)

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico Unificado	7.200,00	7.770,24	8.385,64	9.049,79	9.766,53
Aporte Patronal	874,80	944,08	1.018,86	1.099,55	1.186,63
Fondos de Reserva		647,52	698,80	754,15	813,88
Décimo Tercer Sueldo	600,00	647,52	698,80	754,15	813,88
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	343,19	370,37	399,70	431,36
<b>TOTAL</b>	<b>8.992,80</b>	<b>10.352,55</b>	<b>11.172,47</b>	<b>12.057,33</b>	<b>13.012,27</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### Gasto arriendo, Suministros de oficina, y servicios básicos

Estos gastos los realiza principalmente en el local a ser alquilado, los cuales se detallan a continuación, con un crecimiento del 2,27%, correspondiente a la inflación agosto 2013. Lo referente a gastos profesionales, es debido a la contratación temporal de los registros contables y obligaciones tributarias.

### Cuadro N° 47 Arriendo, Suministros de Oficina y Servicios Básicos (en dólares)

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Gasto Arriendo	2.880,00	2.945,38	3.012,24	3.080,61	3.150,54
Gasto Servicios Profesionales	2.400,00	2.454,48	2.510,20	2.567,18	2.625,45
Suministros de Oficina	300,00	306,81	313,77	320,90	328,18
Servicios Básicos	2.031,60	2.077,72	2.124,88	2.173,12	2.222,45
<b>TOTAL</b>	<b>7.611,60</b>	<b>7.784,38</b>	<b>7.961,09</b>	<b>8.141,81</b>	<b>8.326,62</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### Depreciación

La depreciación que a continuación se detalla, está determinada de acuerdo a la ley de Régimen Tributario Interno y controlado por el Servicio de Rentas Internas.



**Cuadro N° 48 Gasto Depreciación (en dólares)**

DESCRIPCIÓN		VIDA UTIL	1	2	3	4	5
Muebles y Enseres	1.510,00	10	151,00	151,00	151,00	151,00	151,00
Equipo de Computación	980,00	3	326,67	326,67	326,67	366,67	366,67
Maquinaria y Equipo	1.800,00	10	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Vehículo	22.690,00	5	4.538,00	4.538,00	4.538,00	4.538,00	4.538,00
<b>TOTAL</b>	<b>26.980,00</b>		<b>5.195,67</b>	<b>5.195,67</b>	<b>5.195,67</b>	<b>5.235,67</b>	<b>5.235,67</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

Los gastos administrativos compuestos por el sueldo del gerente de la microempresa con los beneficios que establece la ley; gasto por concepto de arriendo, suministros de oficina, servicios básicos; depreciaciones de vehículo, muebles enseres, equipo de computo. Se debe indicar que para el año cuarto, se realiza la adquisición de nuevo equipo de cómputo.

**Cuadro N° 49 Total Gastos Administrativos. (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Gasto sueldos y salarios administrativos	8.992,80	10.352,55	11.172,47	12.057,33	13.012,27
Gasto Arriendo	2.880,00	2.945,38	3.012,24	3.080,61	3.150,54
Gasto Servicios Profesionales	2.400,00	2454,48	2510,197	2567,178	2625,453
Suministro de oficina	300,00	306,81	313,77	320,90	328,18
Servicios Básicos	2.031,60	2.077,72	2.124,88	2.173,12	2.222,45
Gasto de Constitución	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación Maquinaria y Equipo	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Depreciación Equipo de Computo	326,67	326,67	326,67	366,67	366,67
Depreciación Vehículo	4.538,00	4.538,00	4.538,00	4.538,00	4.538,00
Depreciación. Muebles y Enseres	151,00	151,00	151,00	151,00	151,00
<b>TOTAL</b>	<b>22.300,07</b>	<b>23.332,60</b>	<b>24.329,23</b>	<b>25.434,80</b>	<b>26.574,56</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

#### 6.4.2 Gastos de Ventas

Los gastos de ventas constituyen el sueldo del encargado de ventas y el gasto de publicidad, se detallan proyectados a cinco años, de acuerdo a la inflación agosto 2013. El gasto sueldo del mercadólogo por los cinco años.

**Cuadro N° 50 Gastos Sueldos de Ventas (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico Unificado	5.400,00	5.827,68	6.289,23	6.787,34	7.324,90
Aporte Patronal	656,10	708,06	764,14	824,66	889,97
Fondos de Reserva		485,64	524,10	565,61	610,41
Décimo Tercer Sueldo	450,00	485,64	524,10	565,61	610,41
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	343,19	370,37	399,70	431,36
<b>TOTAL</b>	<b>6.824,10</b>	<b>7.850,21</b>	<b>8.471,95</b>	<b>9.142,92</b>	<b>9.867,04</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

Incurrir en un gasto de transporte, para la realización del fin de la microempresa en la distribución y comercialización, es de gran importancia, a continuación la proyección para cinco años de acuerdo a la inflación agosto 2013.

La publicidad es muy importante, por medio de esta se dará a conocer el nuevo producto, y socializar la creación de la nueva unidad productiva.

El gasto total de ventas está determinado por el gasto sueldo en ventas y los rubros en publicidad.

**Cuadro N° 51 Total Gastos de Ventas (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Gasto Sueldo	6.824,10	7.850,21	8.471,95	9.142,92	9.867,04
Publicidad	900,00	971,28	1.048,21	1.131,22	1.220,82
Gasto transporte	1.252,81	1.325,17	1.400,18	1.477,91	1.558,45
<b>TOTAL</b>	<b>8.976,91</b>	<b>10.146,66</b>	<b>10.920,33</b>	<b>11.752,06</b>	<b>12.646,31</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

### 6.4.3 Gastos Financieros

La microempresa, para iniciar con sus operaciones necesita de un capital para su consecución, de \$ **29.153,33** dólares, de los cuales, 66% será financiado con recursos propios de los autores y la diferencia con recursos externos mediante un préstamo al Banco Nacional de Fomento, por un monto \$ 10.000,00, equivalente al 34% del total de la inversión. La amortización de la deuda, se realizará con pagos mensuales.

**Monto inicial:** \$10.000,00

**Plazo:** 5 años (60 meses)

**Tasa de interés:** 11.83%

**Forma de Pago:** Mensual

**Cuadro N° 52 Tabla de Amortización mensual (en dólares)**

N°	CAPITAL		INTERES		SALDO DE LA DEUDA
	SALDO	CUOTA	SALDO	CUOTA	
					13.295,18
1	10.000,00	123,00	3.295,18	98,58	13.073,60
2	9.877,00	124,22	3.196,60	97,37	12.852,01
3	9.752,78	125,44	3.099,23	96,15	12.630,42
4	9.627,34	126,68	3.003,08	94,91	12.408,84
5	9.500,66	127,93	2.908,17	93,66	12.187,25
6	9.372,74	129,19	2.814,51	92,40	11.965,66
7	9.243,55	130,46	2.722,11	91,13	11.744,08
8	9.113,09	131,75	2.630,99	89,84	11.522,49
9	8.981,35	133,05	2.541,15	88,54	11.300,90
10	8.848,30	134,36	2.452,60	87,23	11.079,32
11	8.713,94	135,68	2.365,38	85,90	10.857,73
12	8.578,26	137,02	2.279,47	84,57	10.636,15
13	8.441,24	138,37	2.194,90	83,22	10.414,56
14	8.302,87	139,73	2.111,69	81,85	10.192,97
15	8.163,14	141,11	2.029,83	80,47	9.971,39
16	8.022,03	142,50	1.949,36	79,08	9.749,80
17	7.879,52	143,91	1.870,28	77,68	9.528,21
18	7.735,62	145,33	1.792,60	76,26	9.306,63
19	7.590,29	146,76	1.716,34	74,83	9.085,04
20	7.443,53	148,21	1.641,51	73,38	8.863,45
21	7.295,33	149,67	1.568,13	71,92	8.641,87
22	7.145,66	151,14	1.496,21	70,44	8.420,28
23	6.994,52	152,63	1.425,76	68,95	8.198,70
24	6.841,89	154,14	1.356,81	67,45	7.977,11
25	6.687,75	155,66	1.289,36	65,93	7.755,52

26	6.532,09	157,19	1.223,43	64,40	7.533,94
27	6.374,90	158,74	1.159,03	62,85	7.312,35
28	6.216,16	160,31	1.096,19	61,28	7.090,76
29	6.055,86	161,89	1.034,91	59,70	6.869,18
30	5.893,97	163,48	975,21	58,10	6.647,59
31	5.730,49	165,09	917,10	56,49	6.426,00
32	5.565,40	166,72	860,61	54,87	6.204,42
33	5.398,68	168,36	805,74	53,22	5.982,83
34	5.230,31	170,02	752,52	51,56	5.761,25
35	5.060,29	171,70	700,96	49,89	5.539,66
36	4.888,59	173,39	651,07	48,19	5.318,07
37	4.715,19	175,10	602,88	46,48	5.096,49
38	4.540,09	176,83	556,40	44,76	4.874,90
39	4.363,26	178,57	511,64	43,01	4.653,31
40	4.184,69	180,33	468,62	41,25	4.431,73
41	4.004,36	182,11	427,37	39,48	4.210,14
42	3.822,25	183,91	387,89	37,68	3.988,55
43	3.638,34	185,72	350,21	35,87	3.766,97
44	3.452,62	187,55	314,34	34,04	3.545,38
45	3.265,07	189,40	280,31	32,19	3.323,80
46	3.075,68	191,27	248,12	30,32	3.102,21
47	2.884,41	193,15	217,80	28,44	2.880,62
48	2.691,26	195,06	189,36	26,53	2.659,04
49	2.496,21	196,98	162,83	24,61	2.437,45
50	2.299,23	198,92	138,22	22,67	2.215,86
51	2.100,31	200,88	115,56	20,71	1.994,28
52	1.899,43	202,86	94,85	18,73	1.772,69
53	1.696,57	204,86	76,13	16,73	1.551,10
54	1.491,70	206,88	59,40	14,71	1.329,52
55	1.284,82	208,92	44,69	12,67	1.107,93
56	1.075,90	210,98	32,03	10,61	886,35
57	864,92	213,06	21,42	8,53	664,76
58	651,86	215,16	12,89	6,43	443,17
59	436,70	217,28	6,47	4,31	221,59
60	219,42	219,42	2,16	2,16	0,00

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaborado por:** Los autores

## Gasto Interés

Es el interés incurrido por el financiamiento, determinado para cada año.

**Cuadro N° 53 Gasto Financiero (en dólares)**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
GASTO INTERÉS	1.100,28	905,54	686,48	440,05	162,83

**Fuente:** Estudio Técnico Agosto 2013

**Elaborado por:** Los autores.

## 6.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los estados Financieros proyectados nos ayudarán a evaluar las consecuencias de las futuras decisiones

### 6.5.1 Estado de Resultado Proforma

Es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante el periodo contable. De esta manera la utilidad (pérdida) se obtiene restando los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias.

**Cuadro N° 54 Estado de Resultado Proforma (en dólares)**

<b>DESCRIPCIÓN CUENTAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas Netas	114.870,68	140.973,90	173.008,81	212.323,33	260.571,68
(-) Costos de Producción	82.050,49	100.695,64	123.577,72	151.659,52	186.122,63
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>32.820,20</b>	<b>40.278,26</b>	<b>49.431,09</b>	<b>60.663,81</b>	<b>74.449,05</b>
(-) Gastos Administrativos	22.300,07	23.332,60	24.329,23	25.434,80	26.574,56
(-) Gastos de Ventas	8.976,91	10.146,66	10.920,33	11.752,06	12.646,31
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>1.543,22</b>	<b>6.798,99</b>	<b>14.181,53</b>	<b>23.476,95</b>	<b>35.228,18</b>
(-) Gastos Financieros	1.100,28	905,54	686,48	440,05	162,83
<b>Utilidad Neta antes del 15% Participación Trabajadores</b>	<b>442,94</b>	<b>5.893,45</b>	<b>13.495,05</b>	<b>23.036,90</b>	<b>35.065,35</b>
(-) 15 % Participación Trabajadores	66,44	884,02	2.024,26	3.455,53	5.259,80
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>376,50</b>	<b>5.009,43</b>	<b>11.470,79</b>	<b>19.581,36</b>	<b>29.805,55</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	82,83	1.152,17	2.638,28	4.503,71	6.855,28
<b>Utilidad Neta</b>	<b>293,67</b>	<b>3.857,26</b>	<b>8.832,51</b>	<b>15.077,65</b>	<b>22.950,27</b>

Elaborado por: Los autores

### 6.5.2 Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

**Cuadro N° 55 Flujo de Caja Proyectado (en dólares)**

<b>DESCRIPCIÓN CUENTAS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
INVERSIÓN	29.153,33					
Propia	19.153,33					
Préstamo	10.000,00					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Neta		293,67	3.857,26	8.832,51	15.077,65	22.950,27
Depreciación de Activos Fijos		5.195,67	5.195,67	5.195,67	5.235,67	5.235,67
Valor en libros Activos Fijos						2.021,67
<b>TOTAL INGRESOS</b>		5.489,34	9.052,93	14.028,18	20.313,32	30.207,61
<b>EGRESOS</b>						
Pago Principal		1.558,76	1.753,49	1.972,56	2.218,99	2.496,21
Reinversión (Activos Fijos)					1.100,00	
<b>TOTAL EGRESOS</b>		1.558,76	1.753,49	1.972,56	3.318,99	2.496,21
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>29.153,33</b>	<b>3.930,58</b>	<b>7.299,44</b>	<b>12.055,62</b>	<b>16.994,33</b>	<b>27.711,40</b>

Elaborado por: Los autores

### 6.5.3 Estado de Situación Inicial Proforma

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos, los pasivos y la diferencia entre estos el patrimonio neto.

## Cuadro N° 56 Balance General proforma

### ZUU LECHE

#### BALANCE GENERAL

Al 31 de ..... del 20XX

#### INVERSIÓN

##### **INVERSION VARIABLE**

Capital de Trabajo	2.173,33	Deuda por Pagar	10.000,00
--------------------	----------	-----------------	-----------

##### **INVERSIÓN FIJA**

Terreno	0,00	<u><b>APORTE PROPIO</b></u>	
Infraestructura	0,00		
Muebles y Enseres	1.510,00	Inversión Propia	19.153,33
Equipo de Computación	980,00		
Maquinaria y Equipo	1.800,00		
Vehículo	22.690,00		

<b>TOTAL</b>	<b><u>29.153,33</u></b>	<b>TOTAL</b>	<b><u>29.153,33</u></b>
--------------	-------------------------	--------------	-------------------------

## 6.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación de proyectos es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general y se detallan a continuación las más importantes:

### 6.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal

modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. Utilizando la tasa de descuento que es de 10,27% mediante la presente fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = -29.153,33 + \frac{3.930,58}{(1 + 0,1027)^1} + \frac{7.299,44}{(1 + 0,1027)^2} + \frac{12.055,62}{(1 + 0,1027)^3} + \frac{16.994,33}{(1 + 0,1027)^4} + \frac{27.711,40}{(1 + 0,1027)^5}$$

**Cuadro N° 57 Determinación de Flujos de Efectivo Actualizados. (en dólares)**

N°	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
1	3.930,58	3.564,51
2	7.299,44	6.003,11
3	12.055,62	8.991,25
4	16.994,33	11.494,18
5	27.711,40	16.997,15
<b>TOTAL</b>		<b>47.050,21</b>

Elaborado por: Los autores

$$VAN = -29.153,33 + 47.050,21 = 17.896,88$$

El resultado obtenido, nos indica por ser un valor positivo que la creación de la microempresa de distribución y comercialización de Zuu Leche, en el cantón Ibarra, es factible.



### 6.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es un indicador de la rentabilidad del proyecto, por eso su importancia, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión y la ejecución del proyecto.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left( \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right)$$

**Procedimiento:**

$$TIR = 0,1027 + (0,16 - 0,1027) \left( \frac{17.896,88}{17.896,88 - 9.962,87} \right)$$

$$TIR = 0,1027 + (0,0573) \left( \frac{17.896,88}{7.934,01} \right)$$

$$TIR = 0,1027 + 0,12925$$

$$TIR = 0,2319$$

El presente resultado 0,23 obtenido determina que el proyecto es viable, debido a que el TIR obtenido es mayor que la tasa de redescuento.

### 6.6.3 Periodo de Recuperación

Este instrumento de evaluación financiera mide el riesgo relativo del proyecto pues permite anticipar los eventos en el corto plazo, y determina el tiempo aproximado de recuperación de la inversión.

**Cuadro N° 58 Determinación del tiempo de recuperación de la inversión.**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS
1	3.930,58	3.564,51	3.564,51
2	7.299,44	6.003,11	9.567,62
3	12.055,62	8.991,25	18.558,87
4	16.994,33	11.494,18	30.053,06
5	27.711,40	16.997,15	47.050,21

**Elaborado por:** Los autores

La inversión se recuperará al final del tercero año, se recuperará el 64% del total de la inversión planteada; se toma el flujo actualizado del año 4, realizando el cálculo respectivo se obtiene que se recupere la inversión a los 3 años, 11 meses aproximadamente.

### 6.6.4 Beneficio / Costo

El Beneficio / Costo se sustenta en el principio de obtener y alcanzar niveles considerables de producción con la mínima utilización de recursos, la fórmula para determinar es:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{47.050,21}{29.153,33} = 1,61$$

Este resultado obtenido de 1,61, determina que la inversión es viable, ya que por cada dólar invertido, se genera \$0,61 centavos de utilidad.

### 6.6.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. Hallar el punto de equilibrio es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos. A continuación la fórmula:

$$P.E = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Para la aplicación de la fórmula anterior se necesita clasificar costos fijos y variables.

**Cuadro N° 59 Costos Fijos (en dólares)**

<b>COSTO FIJO</b>	<b>1</b>
Depreciaciones de activos fijos	5.195,67
Gasto financiero	1.100,28
Sueldo personal administrativo	8.992,80
Sueldo personal ventas	6.824,10
Gasto Servicios Profesionales	2.400,00
Publicidad	900,00
Gasto Arriendo	2.880,00
<b>TOTAL</b>	<b>28.292,85</b>

Elaborado por: Los autores

**Cuadro N° 60 Costos Variables (en dólares)**

<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>1</b>
Costo de Ventas	82.050,49
Suministros de oficina	300,00
Servicios básicos	2.031,60
Gasto Transporte	1.252,81
<b>TOTAL</b>	<b>85.634,90</b>

**Elaborado por:** Los autores

$$P.E. = \frac{28.292,85}{1 - \frac{85.634,90}{114.870,68}}$$

$$P.E. = \frac{28.292,85}{0,25451}$$

$$P.E. = 111.165,97$$

El punto de equilibrio llega a ser el nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida.

Es necesario entender que, el incremento en el volumen de producción, genera visiblemente mayores ganancias, por lo que es necesario obtener un mínimo de producción, con la finalidad de cubrir los Costos Fijos y Variables. Cuyo análisis permitirá proyectar a la microempresa con mayor seguridad y eficiencia.

El valor obtenido determina que al vender \$ 111.165,97; dichas ventas estarán cubriendo los costos y gastos, por tanto no se gana ni pierde.

## **CAPÍTULO VII**

### **ANÁLISIS DE IMPACTOS**

Los posibles impactos que se espera de la implantación del proyecto son: económico - social, ético, educativo, empresarial y ambiental para lo cual se utiliza una matriz de impactos, estructurada con indicadores, valorados positiva o negativamente de acuerdo a la influencia del proyecto en forma directa o indirectamente en cada impacto.

A continuación en la matriz se muestra una valoración de -3 a 3 que se califican de acuerdo a los siguientes criterios:

**Cuadro N° 61 Matriz de Impactos**

<b>VALORACIÓN DEL IMPACTO</b>	<b>TIPO DE IMPACTO</b>
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	INDIFERENTE
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
3	IMPACTO ALTO POSITIVO

Se selecciona áreas de impacto con diferentes indicadores cada una; a cada indicador se asigna un nivel de impacto, para luego encontrar la sumatoria de éstos, la cual se divide para el número de indicadores y este resultado indica el nivel de impacto por cada área.

$$GRADO DE IMPACTO = \frac{\Sigma}{\# DE INDICADORES}$$

## ANÁLISIS DE IMPACTOS

### 7.1 IMPACTO ECONÓMICO - SOCIAL

**Cuadro N° 62 Impacto Económico – Social**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Incremento Fuentes de trabajo						X		2
Crecimiento productivo							X	3
Dinamismo en la Economía						X		2
Satisfacción de Necesidades							X	3
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	4	6	10

Elaborado por: Los autores

$$IMPACTO SOCIO - ECONOMICO = \frac{10}{4}$$

$$IMPACTO SOCIO - ECONOMICO = 2,5 \Rightarrow 3 \text{ ALTO POSITIVO}$$

#### ANÁLISIS:

##### a) Incremento fuentes de trabajo.

El implantar nuevas microempresas genera trabajo a la sociedad por lo tanto, se asignó un puntaje medio positivo a este indicador, ya que es poco el personal que va a ser necesario, para las actividades de distribución y comercialización de los productos lácteos.

##### b) Crecimiento productivo.

El crecimiento productivo se incrementa con la inversión, por lo tanto la creación de microempresas, genera incremento productivo, por ende se

señala un nivel de impacto, alto positivo, mejorando de esta manera la economía.

#### c) Dinamismo en la Economía.

El puntaje asignado a este indicador es medio positivo, ya que la implantación de la nueva empresa, contribuirá indudablemente para el crecimiento económico.

#### d) Satisfacción de necesidades.

La principal actividad a realizarse en la microempresa, es cubrir la necesidad de productos lácteos en el cantón, con productos de calidad, por esta razón se asigna ser alto positivo ya que busca satisfacer las necesidades básicas de cada familia involucrada.

### 7.2 IMPACTO ÉTICO

**Cuadro N° 63 Impacto Ético**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Transparencia						X		2
Honestidad						X		2
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	4	-	4

Elaborado por: Los autores

$$\text{IMPACTO ÉTICO} = \frac{4}{2}$$

$$\text{IMPACTO ÉTICO} = 2 \text{ MEDIO POSITIVO}$$

#### ANÁLISIS:

##### a) Transparencia.

La transparencia en cualquier organización por más pequeña que sea es fundamental, se asigna un valor medio positivo, como la apertura del flujo

de información social, política y económica, llevándole a la misma a ser accesibles y confiables ante la sociedad.

#### **b) Honestidad.**

La honestidad es una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con sinceridad y coherencia, respetando los valores de la justicia y la verdad, en cada actividad a realizar diariamente.

### **7.3 IMPACTO EMPRESARIAL**

**Cuadro N° 64 Impacto Empresarial**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Creación de nuevas unidades productivas							X	3
Rentabilidad							X	3
Servicio y atención al cliente							X	3
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	-	<b>9</b>	<b>9</b>

Elaborado por: Los autores

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{9}{3}$$

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = 3 \text{ ALTO POSITIVO}$$

#### **ANÁLISIS:**

##### **a) Creación de nuevas unidades productivas.**

El nivel asignado a este indicador es alto positivo ya que el desarrollo de este proyecto, genera mayores ingresos y el desarrollo económico de la industria láctea.



### b) Rentabilidad.

Se asigna un nivel de impacto alto positivo ya que se espera alcanzar los niveles más altos de comercialización y distribución, trayendo consigo rentabilidad.

### c) Servicio y atención al cliente.

Si se plantea objetivos esenciales y un servicio al cliente excelente, se esfuerza por alcanzarlos los resultados finales van a significar beneficios para la microempresa y mantenerse en el mercado que cada vez es más competitivo.

## 7.4 IMPACTO EDUCATIVO.

Se ha considerado un impacto educativo, ya que en la microempresa se plantea informar mediante la publicidad existente sobre los beneficios saludables del consumo de leche en la alimentación diaria

**Cuadro N° 65 Impacto Educativo**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Conocimiento						X		2
Salud							X	3
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	2	3	5

Elaborado por: Los autores

$$\text{IMPACTO EDUCATIVO} = \frac{5}{2}$$

$$\text{IMPACTO EDUCATIVO} = 2,5 \text{ ALTO POSITIVO}$$

## ANÁLISIS:

### a) Generación de conocimiento.

La mayor parte de la población, desconoce los beneficios del consumo de leche y productos lácteos, los cuales aporta diversos compuestos, controlando la hipertensión, osteoporosis y cáncer de colon, en cada campaña publicitaria que realice la micro empresa, dar a conocer los beneficios que tienen los lácteos, generando mayor consumo de la población.

### b) Mejorar la Salud.

La leche no solo es buena para los niños, además puede ayudar a reforzar la buena salud de todos. Su consumo diario, gracias a su aporte de hierro ayuda en la prevención de anemia; los adultos mayores requieren consumir calcio diariamente, necesitan del mineral para fortificar el tejido óseo; una molécula presente en la leche es capaz de prevenir la diabetes y el incremento de peso.

## 7.5 IMPACTO AMBIENTAL

**Cuadro N° 66 Impacto Ambiental**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación de ambiente		X						-2
Infraestructura			X					-1
Desechos Tóxicos			X					-1
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-4</b>

Elaborado por: Los autores

$$\text{IMPACTO AMBIENTAL} = \frac{-4}{3}$$

$$\text{IMPACTO AMBIENTAL} = -1,33 \text{ BAJO NEGATIVO}$$

## ANÁLISIS:

### a) Contaminación del ambiente

El consumo de un producto generara desechos, muchas veces pueden ser tóxicos para el medio ambiente, los cuales pueden ser utilizados de alguna otra alternativa viable, ya sea incrementando campañas de reciclaje por las fundas o envases del producto, en tal virtud se asigna el un puntaje medio negativo.

### b) Infraestructura

Se asignó un nivel de impacto bajo negativo, debido a que el negocio va a funcionar en un local ya edificado, lo que conlleva adaptarse a la infraestructura ya existente en el área designada.

### c) Desechos tóxicos

El puntaje asignado para la generación de desechos tóxicos es bajo negativo, como la microempresa va a dedicarse a la comercialización y distribución de un producto elaborado por Ecuallac, la cantidad de daño tóxico al ambiente es prácticamente nula.

## 7.6 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

**Cuadro N° 67 Impacto General del Proyecto.**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Económico - Social							X	3
Impacto Ético						X		2
Impacto Empresarial							X	3
Impacto Educativo							X	3
Impacto Ambiental			X					-1
<b>TOTAL</b>	-	-	-1	-	-	2	9	10

Elaborado por: Los autores

$$\text{IMPACTO GENERAL} = \frac{10}{5}$$

IMPACTO GENERAL = 2 MEDIO POSITIVO

## **ANÁLISIS.**

Verificando los resultados obtenidos en cada uno de los impactos, se puede determinar que la que la creación de la nueva microempresa distribuidora de productos lácteos tiene un impacto general medio positivo, concluyendo que este proyecto es viable.

La microempresa se orienta a la satisfacción total de sus clientes y consumidores, como aspecto primordial, ser líderes en la distribución de productos lácteos ecuatorianos, elaborados por la industria Ecuallac, en la zona norte del país.

## **CONCLUSIONES**

Una vez que se ha realizado el estudio para la creación de una microempresa comercializadora y distribuidora de productos Zuu Leche, en el cantón Ibarra, siendo esta el área de influencia del Proyecto formulado, se ha determinado las siguientes conclusiones:

1. El diagnóstico permitió conocer los aspectos socio económico, demográfico del cantón, el análisis de historia de la empresa ECUALAC. determinando que la empresa productora de lácteos, está en la capacidad de abastecer a la nueva microempresa, y darse a conocer en la zona norte del país.
2. Existe una gran producción de la empresa ECUALAC, con una extensa variedad de productos, que abastecerá la microempresa de acuerdo a las necesidades de distribución.
3. El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva microempresa. Este estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, oferta, y formas de comercialización de lácteos, para la satisfacción de los posibles clientes, las tiendas y abastos.
4. En el estudio técnico, se estableció como ubicación estratégica de la microempresa, que favorezca su comercialización, presupuesto de inversión necesario para el inicio de actividades.
5. En el estudio financiero y económico se pudo establecer de acuerdo a la evaluación financiera aplicada a las proyecciones, que el proyecto es factible.
6. En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas.
7. El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable.

8. En el cantón Ibarra, recién se está dando a conocer los productos de Zuu leche.
9. Existencia de espacio físico suficiente para la implementación y funcionamiento de la microempresa.
10. Falta de conocimiento de los beneficios nutricionales por parte de la población, quienes prefieren consumir gaseosas en vez de leche.

## **RECOMENDACIONES**

- 1.** Se recomiendan crear la microempresa de comercialización y distribución de productos de Ecuallac.
- 2.** Aprovechar la variedad de productos existentes en la línea de Ecuallac e ir incrementando de acuerdo a las necesidades de los consumidores.
- 3.** Se recomienda cubrir la demanda insatisfecha, y tomar en cuenta las necesidades de los clientes, brindando un servicio de calidad; para satisfacer las expectativas del cliente, implementando estrategias de comercialización para posicionarse en el mercado.
- 4.** Se invita a equipar adecuadamente el local de expendio del producto, de acuerdo a su localización ya determinada y basándose en los aspectos del estudio técnico realizado.
- 5.** Aprovechar los resultados viables obtenidos en la evaluación financiera del proyecto, e implantar la microempresa comercializadora y distribuidora de Zuu Leche.
- 6.** Dar a conocer a los empleados y trabajadores la organización y funcionamiento de la microempresa, la designación de funciones, los procesos de distribución, responsabilidades de cada empleado, para evitar malos entendidos en el desarrollo y funcionamiento.
- 7.** Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presentaran.
- 8.** Implementación del proyecto, buscando satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor.
- 9.** Disponiendo del espacio adecuado para la comercialización y distribución de los productos Ecuallac, es preciso llevar a cabo el presente proyecto.

**10.**Sensibilización e información a la población, sobre los beneficios nutritivos de los productos lácteos, para lograr su consumo. A través de comerciales televisivos, cuñas radiales, trípticos entre otros.



## BIBLIOGRAFÍA

- ARELLANO, Rolando (2010), Marketing: Enfoque América Latina, Primera Edición, PEARSON, México.
- BACA URBINA, Gabriel (2010), Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill
- CASADO Ana y SELLERS Ricardo (2010), Introducción al Marketing, Editorial Club Universitario, España.
- CARRILLO Jaime, (2008), Manual de Políticas Institucionales de la empresa Ecuacel, Ecuador, Edición No.1.
- CORDOBA, Marcial, (2012) Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones.
- CHILQUINGA, Manuel (2007), Costos II, Segunda Edición, Graficolor, Ecuador.
- DURÁN Felipe (2009), Lácteos y Derivados, Primera Edición, Grupo Latino, Bogotá.
- Enciclopedia Microsoft Encarta, 2009.
- FAGA Héctor (2006), Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables, México, Editorial Granica.
- FLEITMAN, Jack, (2007, Evaluación Integral para implantar modelos de calidad, México: Pax México.
- GALINDO RUIZ, Carlos Julio, (2011), Formulación y Evaluación de Planes de Negocios: Ediciones de la U.
- JOBBER, David; FAHY, John; (2007); Fundamentos de Marketing, España, Segunda Edición, McGraw Hill.
- KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, (2008) Administración una perspectiva global y empresarial, Onceava Edición, Editorial Mc. Graw-Hill, México.
- LAMB, Charles (2011), Marketing, México, Cengage Learning, Onceava Edición.
- MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús (2010), Evaluación Financiera de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones.

- PALACIOS, Luis, (2012); Estrategias de creación empresarial, Ecoe Ediciones, Bogotá
- PALACIOS, Luis (2010), Dirección Estratégica, Primera Edición, Ecoe Ediciones.
- PHILIP Kotler y ARMSTRONG Gary (2008), Marketing, México: Pearson Educación
- SAPAG CHAIN, Nassir, (2011), Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación: Pearson Educación.
- UTN (2005), Guía para el diseño del plan de trabajo de grado, Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador.
- ZAPATA, Pedro (2011), Contabilidad General: Con Base en las Normas Internacionales de Información Financiera, España: Séptima Edición, McGraw-Hill.

### **Lincografía**

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_factibilidad](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital\\_de\\_trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo)  
<http://www.definicion.org/funcion-administrativa>
- [http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1131636604206\\_Microenterprises\\_and\\_microfinance\\_in\\_Ecuador\\_\\_ES\\_.pdf](http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1131636604206_Microenterprises_and_microfinance_in_Ecuador__ES_.pdf)
- <http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03/>
- <http://www.monografias.com/trabajos96/funciones-o-procesos-gestion-administrativa/funciones-o-procesos-gestion-administrativa.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml>
- <http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/77-ibarra/datos-generales>

**ANEXO N° 1**  
**EQUIPOS UTILIZADOS EN LA INDUSTRIA ECUALAC.**





## ANEXO N° 2

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CONSUMIDORES

Señor/a (ita), para su conocimiento, estamos empeñados en crear una microempresa distribuidora exclusiva de ZUU LECHE, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; por lo que queremos conocer su valioso criterio entorno a la preferencia de este producto.

**OBJETIVO:** Conocer el grado de aceptación que ofrece el mercado para la distribución y comercialización de ZUU LECHE en el cantón Ibarra.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la respuesta que se ajuste a su criterio. Por favor conteste con toda sinceridad ya que ésta información será utilizada solo con fines académicos.

**Pregunta 1.** ¿Cuál cree usted la leche que más consume la población?

FLORALP	( )
CARCHI	( )
ANDINA	( )
TONY	( )
ZUU LECHE	( )
VITA LECHE	( )
RANCHITO	( )

**Pregunta 2** ¿Cuál es la presentación del envase que prefiere la gente?

DE FUNDA DE PLIETILENO	( )
DE CARTÓN	( )
DE MEDIDA	( )

**Pregunta 3** ¿En su negocio qué marca de leche tiene mayor preferencia?

FLORALP	( )
CARCHI	( )
ANDINA	( )

TONY	( )
ZUU LECHE	( )
VITA LECHE	( )
RANCHITO	( )

**Pregunta 4.** ¿Considera que el margen de utilidad que ofertan las empresas lecheras es?

NORMAL	( )
MÍNIMO	( )

**Pregunta 5.** ¿La venta de leche procesada se ha incrementado significativamente?

SI	( )
NO	( )

**Pregunta 6.** ¿Para favorecer la economía popular, existen presentaciones de leche por medios litros y cuarto de litro?

SI	( )
NO	( )

**Pregunta 7.** ¿En su negocio los clientes adquieren la leche que tiene:

MAYOR PRECIO	( )
MENOR PRECIO	( )
EL PRECIO LES ES INDIFERENTE	( )

**Pregunta 8.** ¿Si se promocionara leche en presentaciones menores a un litro y a bajo costo considera que el cliente adquiriría?

SI	( )
NO	( )

**Pregunta 9.** ¿Considera que la producción de leche abastece la demanda de la población?

SI	( )
NO	( )

**Pregunta 10.** ¿Si otra empresa lechera le ofrecería facilidades y mejores márgenes de utilidad y producto de mejor calidad, accedería a expender en su negocio?

SI ( )  
NO ( )

**Pregunta 11.** ¿Qué cantidad de litros de leche promedio usted entrega por tienda en cada visita?

5 a 30 litros ( )  
31 a 60 litros ( )  
61 a más litros ( )

**DATOS TÉCNICOS:**

**GÉNERO:** F ( ) M ( ) **EDAD:** De 18 a 25.....

**OCUPACIÓN** Comerciante..... De 26 a 35.....  
Agricultores..... De 36 a 45.....  
Ama de Casa..... De 46 a 55.....  
Profesional..... Más de 56.....  
Empleado Público.....  
Empleado Privado.....

**NIVEL DE INSTRUCCIÓN** Ninguna.....  
Primaria.....  
Secundaria....  
Superior.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### ANEXO N° 3

#### Comerciantes y Distribuidores del cantón Ibarra (2007-2011)

25/08/2009	LACTEOS YEYIS
14/04/2011	VENTA DE LACTEOS
01/01/2007	DIPROPY
02/10/2008	VENTA DE LECHE
12/04/2007	COMINTEGRA PRODUCCION DE LECHE
02/11/2009	VENTA DE PRODUCTOR LACTEOS
03/09/2009	ELABORACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
09/12/2011	VENTA DE LACTEOS
16/07/2010	PRODUCCION DE LECHE
13/11/2008	PRODUCCIO DERIVADOS DE LACTEOS
08/04/2010	LABC'L PRODUCTOS LACTEOS
13/04/2007	VENTA LACTEOS/CABINAS/PLASTICOS
22/04/2009	MANJAR COLOMBIANO
16/02/2012	VENTA DE LACTEOS
21/07/2010	ZULETA DE PLAZA ZUPLAZA CIA LTDA
07/09/2010	SAINZULETA CIA LTDA
08/02/2010	AGROIMA CIA LTDA
24/03/2011	ELABORACION Y VENTA DE QUESOS
23/10/2007	VENTA DE PROD LACTEOS
29/11/2011	VENTA PRODUCTOS LACTEOS
29/04/2011	VENTA DE LACTEOS Y SUS DERIVADOS
12/06/2010	EL RANCHO DISTRIBUCIONES LACTEOS
24/12/2010	DISTRIBUIDORA DE LACTEOS
01/01/2007	DIPROPY
04/12/2007	COMINTEGRA PRODUCCION DE LECHE
02/08/2010	AGROIMA CIA LTDA
09/07/2010	SAINZULETA CIA LTDA
10/02/2008	VENTA DE LECHE

25/08/2009	LACTEOS YEYIS
11/02/2009	VENTA DE PRODUCTOR LACTEOS
09/03/2009	ELABORACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
12/09/2011	VENTA DE LACTEOS
06/07/2010	PRODUCCION DE LECHE
13/11/2008	PRODUCCIO DERIVADOS DE LACTEOS
04/08/2010	LABC'L PRODUCTOS LACTEOS
13/04/2007	VENTA LACTEOS/CABINAS/PLASTICOS
22/04/2009	MANJAR COLOMBIANO
21/07/2010	ZULETA DE PLAZA ZUPLAZA CIA LTDA
14/04/2011	VENTA DE LACTEOS
23/10/2007	VENTA DE PROD LACTEOS
29/11/2011	VENTA PRODUCTOS LACTEOS
29/04/2011	VENTA DE LACTEOS Y SUS DERIVADOS
06/12/2010	EL RANCHO DISTRIBUCIONES LACTEOS

**Fuente:** Municipio del cantón Ibarra



## ANEXO 4

### Abastos del Cantón Ibarra (2007-2011)

Fecha inicio actividades	Nombre Del Local
16/08/2008	HIPERMARKET
26/10/2007	ABACERIA ACOSTA
05/08/2007	VENTA DE PANELA
12/08/2010	TERC.EDAD ABARROTES COMERCIAL GARCIA
22/02/2011	ABASTOS DON VILLA
04/04/2011	DISTRIBUIDOR PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD
07/01/2007	COMISARIATO LUCITA
30/01/2008	ABASTOS NATHALIA
29/09/2008	ABASTOS
12/12/2007	ABASTOS DON PATO
12/02/2009	VENTA DE AZUCAR
26/06/2008	SUPER MARKETY NIKY
01/01/2011	DISTRIBUIDORA ZUMBA
28/06/2007	BODEGA DE ARROZ
18/05/2009	ABACERIA
01/01/2007	ABACERIA
10/08/2010	ABACERIA
08/06/2008	SUPERMERCADO EL OFERTON
03/10/2008	ABASTOS SU AHORRO
09/01/2010	ABARROTES
03/10/2010	ABASTOS YEPEZ
19/12/2008	ABASTOS
14/06/2011	IMBAMARKET
11/09/2007	DESPENSA ESTRELLA ABASTOS
12/01/2009	VENTA DE AZUCAR
09/02/2009	BODEGA DE AZUCAR
05/11/2009	VENTA DE HARINA Y AZUCAR
20/03/2008	ABASTOS MARY
23/01/2009	ABACERIA
03/01/2010	VIVERES ADRIANITA
02/01/2008	ABASTOS XM
02/08/2010	SANTA TERESITA TIENDA DE ABARROTES
18/04/2008	ABARROTES FAMISARIATO SION
30/08/2011	VIVERES SU ECONOMIA
06/09/2011	ABACERIA
27/01/2011	ABASTOS ORDOÑEZ/BODEGA
20/08/2008	SU CASA ABASTOS LICORERIA
29/04/2008	ABASTOS MICROMERCADO LA REBAJA
26/08/2008	MICRO MERCADO ATAHUALPA
14/02/2008	ABASTOS ROSITA
09/02/2010	DISTRIBUIDORA CASANOVA
10/01/2009	ABASTOS

18/08/2008	ABASTOS TITUAÑA
15/03/2011	VENTA POR MENOR DE ABASTOS
11/09/2010	COMERCIAL BRIONES
05/12/2011	COMERCIAL SAN MARTIN
29/01/2007	DISTRIBUCION PRODUCTOS DIVERSOS
13/10/2011	ABASTOS KATHERYN
16/10/2007	ABASTOS PINEDA
17/06/2010	MULTICARNES Y DELICATESEN
01/01/2011	VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
25/01/2008	MINIMARKET RG
20/05/2010	AGROINDUSTRIAS DAJAHU S.A
01/01/2011	ABASTOS SAN FRANCISCO
11/11/2011	MINI MARKET CRISTAL
03/02/2011	ABARROTES
28/12/2010	ABASTOS
01/01/2011	ABASTOS
25/03/2009	ABASTOS
02/10/2009	PILANCENTER
29/06/2010	ABASTOS
17/05/2011	ABASTOS AMAZONAS
10/08/2010	ABARROTES
06/01/2011	VIVERES ROSITA
08/12/2010	CORPORACION AZENDE
08/04/2011	ABASTOSY DISTRIBUIDORA DE HUEVOS
09/03/2010	ABASTOS MULTICOMERCIO ROSERO ZAMBRANO
02/07/2011	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DIVERSOS
02/06/2009	VENTA PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD
01/01/2008	SUPERMERCADO UNIVERSAL
29/09/2011	COMERCIAL LOZA HIDALGO
01/10/2011	COMERCIAL FABY ABASTOS
17/02/2011	DISALTOB
27/04/2009	VENTA ALIMENTO EN GENERAL
18/03/2008	SUPERMERCADO ABASTOS CORINA
25/02/2010	VENTA PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD
27/08/2007	COMERCIAL SANTA MARIA ABASTOS

**Fuente:** Municipio del cantón Ibarra

## ANEXO 4

### Tiendas del Cantón Ibarra (2007-2011)

Fecha de Inicio de Actividades	Razón Social
01/01/2011	ESTEVEZ SUAREZ FABIOLA MARIAXA
04/01/2007	MOREJON PEREZ BLANCA NIEVES
29/08/2008	SALAS SEVILLA MONICA PATRICIA
14/12/2010	MEJIA ROMERO LILIAN MARCIA
14/04/2009	PANTOJA BURBANO MARIA ELISA
27/01/2010	MAYA GUERRERO GLORIA ELIZABETH
01/01/2007	PATÍÑO CHAMORRO CRUZ ELENA
19/07/2011	CHALACAN PERUGACHI IRMA SUSANA
01/01/2011	JACOME LOPEZ ELSA IRENE
08/11/2009	RAMIREZ GALLARDO YOMAIRA ESTEFANIA
19/05/2011	QUÍÑONEZ CHAVEZ DORIS VIVIANA
17/02/2009	FRANCO VILLARREAL EDMUNDO VINICIO
06/08/2010	CASTILLO HEREDIA MARIA LEXAIDA SALVADORA
03/04/2011	BERNAL ERAZO MARIA SUSANA
30/06/2010	DELGADO DELGADO EDISON GERARDO
10/08/2009	SANCHEZ BURBANO ANA DOLORES DE JESUS
03/05/2008	VITERI ARCOS CHRISTIAN GABRIEL
16/03/2010	ROMO SALAZAR MARIANA DEL CARMEN
20/06/2011	GUDIÑO QUISHPE CECILIA DEL ROCIO
31/03/2010	FRAGA CRUZ DORA LUCIA
22/02/2010	CARVAJAL ARCOS ALBIA LIGIA
01/01/2010	NARVAEZ JUMA MARIA ANITA
03/06/2007	MONTENEGRO MARTINEZ CLARA ELENA
01/01/2011	YACELGA VASQUEZ ROSA ISABEL
19/04/2010	CANGAS ORMAZA AIDA EDILMA
23/05/2011	MAFLA RODRIGUEZ DIANA CAROLINA
03/02/2011	HIDALGO PADILLA CRISTINA DANIELA
22/06/2011	CHAVEZ CHUSQUILLO MONICA ANDREA
09/06/2010	CHAMORRO HURTADO LUZ AMERICA
06/09/2010	IBARRA VALENCIA JOSE RAUL
18/02/2011	CORAL HIDALGO MARIA ELIZABETH
05/06/2009	LOPEZ CHAMORRO AURA CELIA
25/05/2010	BERMEJO CALLE KARLA MARIA
15/03/2009	VILLOTA ANDINO SONIA IRENE
01/01/2010	GUZMAN ARCOS CARMEN AMELIA
05/12/2010	CEVALLOS SALAZAR CLARA EDILMA
08/01/2007	ROSETO ELVIA MARINA
10/07/2009	CAZARES RAMIREZ NANCY CECILIA
23/06/2010	RODRIGUEZ MOREANO JESSICA ROSA

12/08/2009	CAMPAÑA UVIDIA AMPARO MARLENE
16/01/2009	ECHEGARAY CHANG ANA DORIS
05/03/2010	CASTILLO ORTEGA ZOILA BERENISA
01/01/2011	LLUMIGUSIN REASCOS VERONICA ALEXANDRA
06/01/2009	TARAMBIS RIVERA GLADYS MARIBEL
25/08/2009	BARAHONA GALINDO MARIA AMERICA
24/06/2010	ROSERO ERAZO CLAUDIA MABEL
07/06/2011	GUERRERO MUÑOZ DOMITILA MARIA
16/01/2009	CUASQUER REVELO CARMEN DEL PILAR
02/09/2010	BENITEZ ROGEL SAMMYR ROLANDO
29/06/2010	MANOSALVAS CORDOVA MARIA DEL CARMEN
17/02/2010	GONZALEZ AURA CARMITA
30/06/2011	ERAZO MARTINEZ MARIA JULIA
29/01/2010	FRANCO CLAUDIO IBETH MARGARITA
23/11/2010	CHULDE LOPEZ LILIANA ESPERANZA
03/05/2009	AMAYA VASQUEZ SERGIO ARMANDO
14/06/2011	RODRIGUEZ MENESES ROSA MATILDE
03/04/2010	CASTRO IPIALES JENNY ROCIO
10/08/2010	CRIOLLO GUBIO CESAR ANTONIO
31/05/2010	VEGA MONTALVO ANGELA MARIA
01/01/2008	CUEVA DIAZ DORA MIGUELINA
10/12/2010	GARRIDO FLORES LUISA
18/02/2011	SUAREZ MORALES MAURICIO ANDRES
29/04/2010	CHUQUIN BERTHA MARINA
29/08/2008	VERA MONTOYA NARCISA DE LOURDES
01/05/2009	FELIX GUERRERO CARMEN GUADALUPE
01/08/2009	FLORES TITO GALO LEONIDAS
19/08/2009	BENAVIDES AMPARO GUILLERMINA
02/11/2011	MORAN LANCHIMBA ROSA MARIA
23/04/2007	HERRERA FRIAS MARIA VICTORFELIA
13/04/2010	JIMENEZ BRUSIL BLANCA LAURA
01/01/2008	ANDRADE CAZAR DIEGO ALEJANDRO
01/01/2011	PILCO PILCO MIGUEL EZEQUIEL
20/04/2010	CEDEÑO CEDEÑO VIRGINIA MAGDALENA
01/01/2007	CEVALLOS PINEDA MARIA GLADYS
01/01/2011	TERAN BURBANO CRISTINA ELIZABETH
08/07/2008	GALVEZ RODRIGUEZ NORMA CONSUELO
15/01/2009	RODRIGUEZ GONZALEZ GLORIA MARIA
30/04/2009	VILLAMIL CERVANTES MARIANA DE JESUS
01/06/2010	TERAN VINUEZA EDILVA OSWVELLE
01/01/2007	POTOSI IBADANGO MARIA ROSARIO
24/10/2011	AYALA RUALES MARISOL DE LOS ANGELES
13/09/2010	VINUEZA NAVARRETE JHENY ELIZABETH
27/02/2012	YEPEZ MORENO GISELA ANAIS
08/02/2010	POTOSI VILAÑEZ ROSA NOHEMI
04/01/2011	POTOSI POTOSI YESENIA IRENE

14/12/2007	MUÑOZ ORTIZ DIANA ENRIQUETA
10/06/2009	CUASAPAZ DUARTE MARIA DEL CARMEN
12/03/2008	PUGA YEPEZ MARIA DEL CARMEN
18/08/2011	CONGO ESPINOZA EDILMA TARGELIA
24/04/2007	CEVALLOS CARMEN AMELIA
20/08/2010	COLIMBA TITUAÑA DOLORES DE LOURDES
18/07/2011	GRIJALVA MOYA ELVIA BEATRIZ
25/02/2008	PINEDA MORILLO MARIA ROSARIO
13/08/2007	JATIVA PUERRES LILIAN PATRICIA
06/06/2007	RODAS CABRERA NANCY ELIZABETH
15/05/2007	GOMEZ CACHIMUEL MARIA ESTHER
03/02/2009	ROSETO JURADO JAIME ANIBAL
13/05/2010	CASTRO HERNANDEZ NANCY MARIA CARMITA
17/09/2007	VASQUEZ OBANDO BLANCA MARINA
15/10/2010	CABASCANGO BEDOYA ROSA YOLANDA
15/10/2008	GRIJALVA GERMAN GUSTAVO
08/06/2010	CASTRO GRACIELA YOLANDA
02/10/2010	ACOSTA PAEZ CARMEN AMELIA
31/05/2011	GALEANO ROSA MARIA MAGDALENA
10/12/2011	MENDEZ BASTIDAS ANA ELIZABETH
29/10/2009	CAZARES GUERRERO MARIA ISABEL
23/06/2009	MARTINEZ LOYO MARINA CLEMENCIA
16/01/2010	ENRIQUEZ PADILLA CARLOS ALFREDO
31/03/2008	DIAZ GUAMA GLORIA MARIBEL
01/01/2011	TERAN CABASCANGO MEDARDO BOLIVAR
15/03/2010	ENRIQUEZ BURBANO HILDA DORIS
19/05/2010	PICUASI ARIAS LUZ MARIA
04/09/2010	ESPINOSA BENITEZ CARLOS ARTURO
09/03/2009	ANDRADE MONTALVO ROMULO NARCISO
28/01/2009	SANTACRUZ BERNARDO MARIA ANGELITA
18/05/2010	MEJIA LECHON VIRGINIA
06/07/2010	QUIROZ ACOSTA NARCIZA ESPERANZA
23/11/2011	BENALCAZAR GONZALEZ JOSE EFREN
22/05/2007	IPIALES VEGA NORMA LUCIA
13/10/2010	ESPIN SANCHEZ ELZA TEREZA
17/11/2008	TULCAN IMUEZ LUZ MARIA
03/10/2010	FUERTES RUEDA YOLANDA ESMERALDA
01/01/2007	BORJA SALAZAR WILLIAM MARCELO
10/10/2011	DUARTE REVELO ELSA MARIA LUZMILA
27/09/2011	ESPINOZA VILLAVICENCIO JANETH
14/05/2008	CONGO CAMPOS SEGUNDO ELEUTERIO ALEJANDRO
25/07/2007	TORRES CASTRO GUSTAVO TEMISTOCLES
18/05/2011	KETIL RAMOS GUADALUPE ANTONIA
20/02/2008	BOLAÑOS ORBES MARIA ASUNCION
06/07/2011	VASCONEZ PEREZ NADYA LUCIA
28/12/2009	PEREZ MARIA TERESA DEL ROSARIO

06/07/2011	VELASCO CIFUENTES MONICA LILIAN
14/05/2007	VALLEJO TAPIA BEATRIZ HORTENCIA
28/10/2009	BURBANO BENAVIDES SONIA GUADALUPE
25/03/2010	TORO CAÑAREZ HUGO GALO
31/08/2009	SAA MONTESDEOCA GLORIA ESPERANZA DE LAS MERCEDES
06/06/2011	AREVALO VALLEJOS FLORINDA PIEDAD
15/03/2010	GORDILLO RAMIREZ ANA LUISA
05/04/2010	ENRIQUEZ POZO ANGEL RAUL
07/01/2008	TOBAR ESPINOZA LAURA TERESA
02/06/2008	MORENO ZAMBRANO BLANCA FLORICELDA
13/04/2009	CHAMORRO GLORIA FABIOLA
23/09/2008	ESPINOZA VENEGAS LILIAN BEATRIZ
12/07/2009	TARAPUES ESTRADA ABRAHAM
19/04/2010	PADILLA TIPANTUÑA ELVIA LUCILA
01/01/2011	MORENO CUASQUI AIDA CARMENINA
29/01/2007	LARCO YEPEZ GUSTAVO
16/04/2010	GOMEZ POTOSI CARMEN AMELIA
02/01/2008	FLORES MARIA ESPERANZA
01/01/2007	QUINTANA ARBOLEDA HILDA EUFEMIA
23/06/2007	MORENO ARTEAGA VICTOR DARWIN
02/08/2011	HERRERA GUALLE GRACE MARISOL
15/02/2007	TUTILLO MARIA GERTRUDIS
09/07/2011	ACERO FUERTES BLANCA CECILIA
15/04/2008	POMASQUI FLORES MARIA ROSARIO
01/01/2007	RIVAS VALENZUELA MARIA ELENA
04/12/2011	NIPAS SALAZAR MIGUEL ANGEL
09/03/2007	VACA GUERRA TANIA DORIS
27/05/2009	DUEÑAS ROSADO ADELA DEL CARMEN
10/01/2007	YEROVI BOLAÑOS BYRON RENE
07/08/2011	CABEZAS BEDON AMPARO DEL PILAR
01/01/2011	CHUQUIN ENRIQUEZ BYRON DANIEL
01/01/2011	CHILUISA CHUQUIN LAURA AMPARITO
23/10/2007	CAMPAÑA ROSERO JONATHAN MAURICIO
03/02/2010	TULCAN IPIALES MARIANITA
23/01/2009	CHANDI RAMIREZ NORA FELIZA
01/01/2008	ARROYO BENITEZ ROSA ESPERANZA
02/09/2009	DE LA CRUZ ESTEVEZ WILSON WILFRIDO
25/06/2010	JUSTICIA ARIAS LEONARDO FABIO
08/07/2008	ESCOLA ANTAMBA JUAN BERNABE
15/05/2009	MERA ARTEAGA BERTHA LIGIA
01/01/2007	SHUGULI JATIVA MAYRA PAULINA
17/09/2009	REVELO BENAVIDES GILBERTO BOLIVAR
06/11/2010	CHISCUET YAR LUZ DELFINA
07/05/2010	MUESES HERNANDEZ JOSE PARMENIDES
27/03/2007	RAMIREZ GUERRERO LILIA ENES
13/08/2008	SIERRA CEVALLOS BETTY ELIZABETH

06/09/2009	MORILLO ALDAS JOHN ANDERSON
02/01/2008	ONTANEDA PAREDES AMPARITO CECILIA
08/07/2007	EGAS VELEZ SANDRA ELIZABETH
08/01/2007	DOMINGUEZ JACOME GLORIA ISABEL
28/07/2008	MORA NARVAEZ TERESA DE JESUS
03/11/2010	PITA SEVILLA NELLY RICARDINA
09/03/2007	FLORES CHACON ZULMA INES
30/03/2010	AGUDELO VELASCO JINA RUBY
05/11/2010	MALES FRANCO NESTOR ORLANDO
07/05/2010	ALCOSER HERMOZA LUIS ALFREDO
15/02/2008	FLORES CIFUENTES ANTONIA ROCIO
05/11/2011	RIOS JATIVA MARIA FERNANDA
28/06/2011	MORA ESCOBAR SANDRA GEOBANA
20/09/2011	PUSDA ANDRANGO GLADYS VERONICA
24/06/2009	GOMEZ ALMEIDA NORA GERMANIA
28/08/2008	GUERRA BOLAÑOS LOURDES DEL ROCIO
16/02/2007	ANGAMARCA BRUSIL MARIA ELVA
20/07/2011	TORRES MARIA EMPERATRIZ
01/01/2007	MORALES ZOILA
18/07/2011	MONTESDEOCA MONTESDEOCA ROSA INES
30/05/2007	ACERO LUZ IMELDA
10/05/2010	MADRUÑERO MONTENEGRO AURA YOLANDA
02/03/2012	ANRRANGO TOBAR ALONSO
28/06/2011	ICHAO ICHAO MARIA DE LOURDES
07/09/2007	FUERTES CORDULA
29/08/2011	QUELAL GUERRA IMELDA GUADALUPE
04/05/2008	SIMBA GOMEZ MARIA ESTHELA
08/04/2010	CASTRO SARMIENTO LUCIA MATILDE
09/02/2007	TERAN CHUGA JORGE ORLANDO
04/06/2009	ESPINOZA ENRIQUEZ NELLY ROCIO
26/05/2010	BENAVIDES GARCIA JOSE PATRICIO
28/03/2008	REINA MANOSALVAS LEDY ALEXANDRA
29/03/2010	BOLAÑOS ZAMBRANO MARIA STELA
13/04/2009	MEDRANO QUIÑONEZ MONICA PATRICIA
09/05/2011	ESKOLA ALMEIDA ANDREA SALOME
25/07/2011	OLIVO PERUGACHI MIGUEL ANGEL
04/03/2007	MARTINEZ ALMEIDA CONCEPCION DE LOURDES
21/06/2011	CHAMORRO VACA MARIO RUBEN
28/06/2010	CUASAPAZ DUARTE NARCIZA DE JESUS
29/10/2009	BENAVIDES HERNANDEZ AMPARITO DEL PILAR
18/07/2011	RECALDE REYES OLGA SENEIDA
04/06/2010	PORTILLA GALLEGOS ALEJANDRA ELIZABETH
01/04/2008	FUENTES POZO YOLANDA SALOME
07/06/2010	MORALES YACELGA ANA RUBI
01/01/2011	REVELO CUATIN MARIA ELENA
01/04/2008	YAR PUETATE MIGUEL ANGEL

05/02/2007	SOLIS MONTALVO LAURA ISABEL
04/06/2011	ALDAS ENRIQUEZ ANA ROCIO
08/04/2010	JURADO CARANQUI JUAN CARLOS
03/09/2009	ANRANGO GONZALEZ LOURDES INES
13/08/2009	NARVAEZ FRIAS BLANCA ESTHELA
20/10/2009	TORRES BENITEZ GLORIA INES
15/01/2007	GARZON FALCON SANDRA ELIZABETH
10/05/2011	PINEDA AGUIRRE MARIA BELEN
09/12/2007	LOPEZ TOBAR MIRYAN JANETH
07/09/2010	CONCHA NARVAEZ JAIME ELIAS
01/01/2011	PINEDA VIANA JAIME RAMIRO
06/02/2007	MOROCHO GUERRON SORAIDA ALICIA
17/05/2011	VINUEZA MIÑO AIDA LUCIA
03/06/2009	GARCIA NAVARRETE LIZETH GABRIELA
15/10/2010	VALLEJO BENALCAZAR SHOVANI DEL ROSARIO
18/01/2010	REYES ACERO SANDRA JACQUELINE
02/01/2007	SANCHEZ DEFAZ MARIA LEONOR
23/03/2009	ARIAS VALLEJO CRISTOPHER KAIL
23/09/2008	RECALDE FLORES RICARDINA
17/06/2010	SOLARTE MUÑOZ D DANILO BOANERGUES
27/04/2010	PEREZ ORBE SILVIA ELIZABETH
12/07/2009	TOBAR YEPEZ JIMENA DEL CARMEN
08/03/2009	REASCOS CEPEDA MARIA MAGDALENA
02/12/2008	GUAMANY JIMENEZ INES VERONICA
29/11/2007	CAHUASQUI LUNA SHIRLEY VERONICA
28/02/2008	CANDO AMAYA SONIA MARLENE
24/06/2011	CAMPAÑA DELGADO GUDNARA ELISA
27/04/2009	VILAÑEZ MORENO RICARDO ROBERTO
07/09/2010	GUERRERO BURGOS CECILIA ISABEL
01/01/2011	VILLARREAL ERAZO LUIS ALBERTO
10/05/2010	YEPEZ YEPEZ MARIO SEBASTIAN
25/03/2010	AMAYA DE LA CRUZ INES LILIANA
05/01/2008	ALBAN MOREJON BLANCA ESTHELA
21/06/2011	ERAZO JIMENEZ PIEDAD GABRIELA
15/06/2010	VALENCIA GUERRERO NANCY DEL ROCIO
31/05/2010	GOYES MATEUS TERESITA
28/06/2011	VALLEJO VALLEJO MARIA ERNESTINA
24/08/2010	VALVERDE CHUMA MARIA MARTHA
15/12/2007	CABRERA NAZATE ANA ELIZABETH
17/05/2010	CARDENAS REVELO FANY RUBY
15/02/2012	MENA MARTINEZ RONALD LUIS
01/01/2008	SUAREZ MORALES LAURA MARIA ISOLINA
05/12/2011	ALEMAN GARCES JUDITH MARISOL
15/01/2009	AMAGUAÑA PAVON JOSE JAIME
14/09/2011	BUSTOS PADILLA GABRIELA VERONICA
01/01/2011	LARA GALEANO BLANCA TERESA



02/08/2012	USIÑA QUEL MRTHA CECILIA
24/07/2008	YEPEZ MARIA YOLANDA
08/11/2010	ALVAREZ RECALDE MARIA DEL CONSUELO
12/03/2008	ENRIQUEZ POZO VERONICA ROCIO
23/06/2010	ROSETO RUEDA BERTHA ELIZA
01/01/2008	PALMA NAVARRETE LUZ AMPARO
08/09/2008	SALAZAR VILLARREAL JOSE AMILCAR
21/10/2010	CUAMACAS HEREDIA MARTHA IRENE
18/02/2009	VINUEZA VINUEZA NANCY NOEMI
17/12/2010	POTOSI IBADANGO ZOILA MATILDE
03/12/2008	CHURUCHUMBI CARLOSAMA MARIA FILOMENA
01/08/2010	ESPINOSA MENDEZ FLOR ELIZABETH
24/10/2008	ARTEAGA GODOY LIDIA FATIMA
07/07/2010	SANTACRUZ VASQUEZ MARIA ELENA
08/02/2010	ROMAN POZO MARIANA ERMILA
22/06/2010	CARVAJAL BENAVIDES ALEXANDRA MARIBEL
24/10/2011	MORA SUAREZ LUISA BEATRIZ
01/01/2011	GUERRA MADERA ELSA MARIANA
01/12/2010	CIFUENTES ANRANGO XIMENA CAROLINA
17/11/2011	POZO PASPUEL CARMEN MARISOL
01/01/2011	QUILCA GONZA ROSA ELENA
06/01/2009	PILACUAN NARVAEZ DANIELA ALEJANDRA
18/08/2008	ANDRADE FLORES LUIS MIGUEL
01/01/2007	RIVADENEIRA AYALA ENMA BEATRIZ SN
27/11/2008	MIÑO ORTEGA EDISON GUILLERMO
02/01/2011	MARIN NASTACUAS MARIA EUGENIA
01/01/2008	PONCE PROAÑO NORMA AZUCENA
01/01/2007	RUEDA RODRIGUEZ MARIA GLADYS
05/12/2009	VILLARREAL CORAL VERONICA ALEXANDRA
16/08/2010	COLLAGUAZO ANRANGO MERCEDES
01/05/2010	GARZON MORA TATIANA CRISTINA
15/12/2010	CAMPUES ANGAMARCA MARIA ROMELIA
04/09/2008	VALENCIA VINUEZA JENNIFER ERIKA
08/03/2011	VALENZUELA CHUQUIN MARIA DE LOURDES
06/04/2008	VIZCAINO LOPEZ SANDRA ISABEL
06/01/2011	POZO CHAUCA BLANCA ESPERANZA
31/08/2010	MOROCHO CHAVEZ MAIRA PAULINA
28/06/2011	LOPEZ ROBLES FANY OLIVA
01/01/2007	MANZO AGUIRRE ERCILIA SUSANA
05/05/2011	ESTRELLA MEJIA MIRIAN ROCIO
13/06/2011	GORDILLO VILAÑEZ CECILIA
05/04/2011	ENRIQUEZ PASPUEL RODRIGO JAVIER
19/10/2010	BASTIDAS BASTIDAS MARIANA DE JESUS
20/05/2011	ROJAS DE LA CRUZ JENNY VERONICA
01/11/2010	PALLO MALQUIN DIEGO JAVIER
19/09/2011	FLORES OVIEDO MONICA PATRICIA

08/04/2011	PAZMIÑO FANNY CONCEPCION
01/01/2011	YAMBERLA BENITEZ ANITA LUCIA
02/10/2012	MARTINEZ PAREDES ALICIA RAQUEL
07/09/2009	VELASQUEZ CHAVEZ HERLINDA ESPERANZA
13/05/2010	SARZOSA ESCOLA JAIME RENE
06/04/2008	VALENCIA BORJA EDGAR PATRICIO
27/04/2010	GUTAMA MISACANGO MIRIAN BEATRIZ
14/09/2010	CACUANGO AREVALO MARIA MARTHA
01/05/2007	CHICAIZA TUSA MARIA BALBINA
22/07/2008	TAMBI PUPIALES AIDA EMPERATRIZ
26/07/2011	ESTRADA TORRES OSMAN JUBER
16/12/2011	JARAMILLO ESTACIO CLAUDIA JUDITH
15/10/2010	PUMA CHECA MONICA DEL PILAR
13/04/2009	PAEZ TERAN JENNY ZULEMA
18/02/2011	QUINGLA GARRIDO CARLOS ANDRES
21/06/2011	PLACENCIA SANIPATIN EMMA MERCEDES
22/08/2011	GUERRERO RAMIREZ HILDA EDELMIRA
12/07/2010	CABASCANGO IPIALES ROSA MATILDE
22/04/2008	ANDRADE SOLARTE ISAURO EMERITA
01/01/2007	TAIPE YEPEZ MARIA DEL CARMEN
21/05/2008	PADILLA MARIA PILARITA DEL ROSARIO
29/04/2010	BENALCAZAR PERUGACHI MARIANA DEL CARMEN
07/06/2009	ORTIZ ORTIZ BLANCA NOEMI
30/11/2010	BORJA ANRANGO MARIA ESPERANZA
29/06/2011	PAUCAR MORA MARCIA ARACELY
21/04/2010	RAMON HUERTAS FANNY YOLANDA
25/01/2011	PUPIALES CORDOVA JENNY ELIZABETH
15/01/2008	CASTRO MORENO MARIA HORTENCIA
16/07/2010	CARLOSAMA CHULDE SILVIA MARIBEL
16/03/2010	ARTEAGA TERAN HILDA ESMERALDA
09/10/2007	CEVALLOS GONZALEZ MARIA FERNANDA
01/01/2011	CASTILLO DELGADO MARITZA ALEXANDRA
01/01/2007	MUÑOZ QUISHPE CRUZ ELENA
10/06/2009	CHURACO TOAPANTA MARIA CLEMENCIA
19/03/2007	CHANTERA ICHAU MARIA CLARA
14/06/2010	MALDONADO FELIX MARTHA EDITH
23/03/2010	VALLEJO MAHECHA DELFA EDILMA
17/02/2012	TORRES MENESES ANGELICA MARGARITA
23/03/2009	CHAFUELAN MARTINEZ ANA VICTORIA
18/08/2011	MIRANDA PEÑAFIEL EDISA DEL ROCIO
22/06/2010	AREVALO LIDIA TERESA
22/06/2011	ARMAS ARROYO ANDREA PATRICIA
03/06/2009	GALLEGOS IMBABQUINGO MARIA CENEIDA
10/06/2008	CANO ROSERO ROSA MATILDE
01/02/2007	VASQUEZ RECALDE JOSE IGNACIO
07/02/2009	OÑA MORALES LUISA LILIAN

29/06/2010	PORTILLA SANTANDER LUIS HUMBERTO
20/07/2009	GUEVARA CASTELLANO JIMENA ALEXANDRA
23/03/2010	CHAVEZ PINEDA LUZ GLADYS
21/08/2008	QUELAL CAICEDO EDGAR VINICIO
01/01/2011	GONZALES ESCOBAR CRISTINA DE LOS ANGELES
05/02/2011	ERAZO MORILLO JENNY MARGOTH
30/05/2008	CRIOLLO RUALES SANTIAGO FERNANDO
02/10/2009	ROSETO ORTEGA LUIS FELIBERTO
09/09/2010	MENDEZ GUDIÑO BLANCA HILDA
27/08/2010	QUIÑONEZ QUIÑONEZ KELLY JESSICA
16/04/2008	BEJARANO MINAS LIDA MARISOL
10/07/2009	ATIENCIA MURILLO ESTHER NORMANDI
02/04/2010	MORILLO CHAPI GLUDI MAINELA
20/08/2009	MORENO MADERA CHRISTIAN HORACIO
14/09/2011	ROBLES ARCOS MARIA ELENA
05/05/2011	ESPINOZA BENITEZ OLGA LIDIA
28/03/2011	GUANANGA SANCHEZ ROSARIO ELIZABETH
05/06/2011	PASPUEL TOCAIN PIEDAD DEL CARMEN
10/01/2010	SANCHEZ SALAZAR HILDA BLANCA
06/11/2010	NOVOA LEITON MANUEL MESIAS
02/01/2007	ANGAMARCA MORALES LOURDES EUDOCIA
15/04/2010	PATÍÑO QUIROZ NELLY NARCIZA
03/06/2009	ILES GUAMAN CARLOS FIDEL
28/03/2011	CHALCUALAN TEPU MARIA CECILIA
23/10/2008	YEPEZ MICHILENA NARCISA DE JESUS
01/01/2011	ARCINIEGA ROSETO MARIA EFIGENIA
01/12/2010	TAPIA CHAMORRO PABLO EDMUNDO
03/02/2009	TARAMBIS RIVERA BETY ROCIO
16/11/2010	PACHECO ANCHUNDIA BLANCA ELIZABETH
15/01/2008	CHAMPUTIZ CASTRO EDWIM
04/07/2008	BENAVIDES CAMPO KARLA PAOLA
21/05/2008	LASTRA MINDA MARIANITA DE JESUS
15/04/2008	CASTRO MARTHA OFELIA
18/10/2010	ECHEVERRIA HARO MARCELO FABIAN
11/10/2010	RODRIGUEZ SILVIA TERESA
18/11/2009	JIMENEZ SHAURI JENNY ELIZABETH
08/11/2010	FLORES ERAZO AMPARO SUSANA
17/02/2012	LARA CASANOVA CARMEN LAURA
30/06/2011	CHAMORRO HERRERA ANA JENNIFER
15/09/2007	TORRES ENRIQUE
02/07/2012	CHANGO TOABANDA ANA LUCIA
24/11/2010	JATIVA ECHEVERRIA BLANCA OLIVA
29/06/2011	BENITEZ INSUASTI VICTORIA LICENIA
01/08/2010	BARAHONA MURILLO MARIA DEL CARMEN
17/12/2010	CORDOVA AGUIRRE MARCO ANTONIO
29/06/2010	VILLARREAL ZOILA BEATRIZ

27/05/2010	GUERRERO GOMEZ OLIVA AUSTREBERTHA
25/05/2010	CHUNES CANDO MARIA DEL CARMEN
22/06/2011	PAEZ AGUILAR PILAR MARISOL
23/06/2011	ROSALES RUEDA ZOILA VICTORIA
19/07/2010	BENAVIDES CHALACAN WILMER JAVIER
13/09/2010	ROSETO MARROQUIN ROSA MARIA ALIZA
02/02/2010	PEREZ NEGRETE IRALDA BIRMANIA
28/07/2008	CASTRO VINUEZA AMADOR ESCEQUIEL
20/08/2010	PEREZ BELGICA ANGELITA
07/01/2010	CHAVEZ JARRIN DORA JUDITH
26/06/2010	ALBA ANGAMARCA CARMEN MARINA
14/06/2010	VALVERDE MERCEDES ENRIQUETA
27/08/2010	CHURTA LUNA HORTENCIA MARIA
07/09/2010	IMBAQUINGO MUGNAL MARIA ROSA
24/08/2009	RECALDE REYES MARIA CARMELINA
30/08/2010	MOROCHO VELASTEGUI CARMEN PATRICIA
21/06/2010	RUIZ RUIZ ROSA INES
18/01/2010	AJALA MALES MARIA LUCILA
01/04/2011	ESPARZA SALAZAR ROSA MATILDE
27/04/2010	FLORES NOBOA MARLON HERNANDO
09/10/2010	CHEZA PUENTESTAR FANNY ELENA
15/10/2009	CASTILLO ACOSTA MONICA PATRICIA
16/03/2010	NICOLALDE NAVARRETE ROSA ELVIRA
17/06/2010	ICHAO MOREJON PATRICIA ALEXANDRA
21/06/2010	GUALACATA ORTEGA DOLORES LUCIA
05/07/2010	BUENAÑO CRIOLLO ELDI VALERIA
26/06/2009	SUAREZ ROSA ROGELIA
07/05/2010	HERRERA AYALA CARMEN PILAR
13/04/2010	ACERO PIZANAN PAOLA DEL ROCIO
05/06/2009	LUNA MARIA ESTHELA
05/09/2011	CASTRO NARVAEZ INES ANGELICA
16/01/2009	MARCILLO MARCILLO LUIS ALFREDO
15/01/2007	TUTILLO CEVALLOS ZOILA VICTORIA
27/04/2009	PORTILLA MILTON RAMIRO
15/01/2010	CHUQUIN PINEDA LILIANA MARIBEL
22/04/2010	ARAGON LEITON MANUEL MESIAS
25/05/2010	ORDOÑEZ RIVADENEIRA LIZETH MARIANELA
13/05/2011	HERNANDEZ LOPEZ CRISTINA BEATRIZ
24/03/2010	PANTOJA JARRIN GILDA MARIA
07/04/2007	LEON ALICIA IRENE
13/05/2011	DE LA CRUZ ESTEVEZ MAURICIO ROMAN
05/10/2010	IMBAQUINGO PATIÑO FERNANDA PAOLA
17/05/2011	FUERTES CHAMORRO MARIA NANCY
23/02/2011	GUAMAN GUERRA JOSELITO RUFINO
24/02/2011	QUIÑA CRIOLLO MARIANA
14/03/2011	QUITAMA NAVARRETE ANABEL DEL CARMEN

05/01/2011	SANIPATIN RIVERA MARIA DEL CARMEN
07/01/2010	AGUIRRE PINEDA JULIO CESAR
20/02/2011	PILLAJO DIAZ GABRIELA PAULINA
10/09/2008	CASTRO TORRES AMPARO DE LAS MERCEDES
09/01/2011	CAICEDO CAJIAO RAMONA CARMEN
28/02/2011	SANTACRUZ IBARRA HUGO TARQUINO
16/05/2011	SANCHEZ FERNANDEZ ELENA
05/09/2008	LOPEZ REYES ANA MARIA
11/11/2011	AYALA QUINTANA TERESA JAKELINE
26/09/2011	GUANGA CAICEDO RUTH NOEMI
07/01/2011	ASCUNTAR LOPEZ CARMEN YAQUELINE
01/01/2011	SALAZAR ROSERO GENOVEVA
01/09/2012	BENAVIDES ORBE MAYRA AZUCENA
01/01/2011	VILLAGOMEZ CEVALLOS CINTHIA PAOLA
28/06/2010	PINEDA TULCAN MARIA LOLA
05/09/2008	ABADIANO PEREZ MARIANITA
28/03/2011	YEPEZ PAZMIÑO JUAN MANUEL
11/04/2009	BASTIDAS ERAZO SILVIA ELINA
31/01/2011	ESCOBAR CHISCUET MAGNA HERLINDA
30/03/2011	MENDEZ ERAZO MARIA BERTILDE
01/01/2011	BASTIDAS CHAMORRO ENMA YOLANDA
03/09/2011	PERACHIMBA SANDOVAL AMANDA VERONICA
19/10/2010	SOTELO GAMBOA CLARA
02/09/2011	OSORIO MURILLO ELENA ELIZABETH
23/05/2011	CHILUISA CHILUISA LUIS ALEJANDRO
23/02/2011	NUÑEZ PAREDES MARIANELA MARIBEL
01/12/2010	CANGAS MENDEZ MARIA YOLANDA
29/04/2010	NAZATE ARAGON JUANA MARIA
01/01/2008	PUPIALES NAZATY JANETH DEL CARMEN
01/01/2011	GUARANGUAY QUINTEROS JANETH DE LAS MERCEDES
05/08/2011	MOROCHO ANRANGO MARIA EUGENIA
21/10/2008	VALLEJO CARRERA SEGUNDA DOLORES
07/08/2009	LITA MOROCHO MARIELA JANETH
02/04/2011	ZAMBRANO YALAMA PABLO ANDRES
12/03/2009	MANOSALVAS LOPEZ RODOLFO LEODAN
19/05/2011	NEGRETE SANIPATIN NANCY MARISOL
28/06/2011	MENDEZ PORTILLA PATRICIO DAVID
10/01/2007	AYALA SALAZAR MARIA REGINA
26/09/2008	ROMERO HORMAZA MANUEL MESIAS
13/06/2011	TANA HIDROBO MARTHA LICIA
02/09/2012	SIMBAÑA REALPE RUBY MATILDE
18/05/2010	RECALDE HERNANDEZ INES MARIA
04/01/2011	TAIPE ORTIZ SARA JEANETH
01/01/2011	IPIALES CADENA BLANCA MERCEDES
14/04/2009	CIFUENTES AMAYA FERNANDA RAQUEL
23/05/2011	LITA MARIA MARTHA

13/04/2011	LARA BENALCAZAR PABLO VINICIO
26/06/2009	PABON RUALES CARLOS ALBERTO
07/01/2011	GRANDA VALENCIA BERTHA ALICIA
03/01/2007	BRAVO MARIA JULIA
07/01/2011	CUASPUD CUASPUD ROSA ELVIRA
16/04/2011	IPIALES CARLOSAMA MARIA TERESA
21/08/2007	GRANADA GARATE HERNAN PATRICIO
20/09/2011	RUEDA CADENA OLGA MARIA
01/10/2009	ANDRADE IBUJES MAYRA CATALINA
24/10/2008	AMAYA IPIALES MARIA NANCY
27/07/2009	CAZAR MORENO GLORIA ESPERANZA
18/04/2011	NARANJO SINCHE MARIA ELENA
07/05/2010	JULIO GARZON JOSE FARID
01/01/2011	COLIMBA FARINANGO ENMA JUDITH
01/01/2011	CUALCHI GARCIA DANIEL MESIAS
03/01/2012	ROMO VINUEZA MELIDA SORAYA
23/05/2011	PINTO BEJARANO MARIA BEATRIZ
01/01/2011	RUBIO MONTESDEOCA ANDREA MICHELE
30/11/2010	VELASTEGUI RUIZ NARCISA DE JESUS
29/04/2010	POTOSI QUINTANA MARIA ISABEL
14/09/2011	ENRIQUEZ BENALCAZAR JUANA DOLORES
16/05/2011	ESPINOZA BASTIDAS EDWIN MARCELO
25/11/2010	LEMA LEMA LUIS HUMBERTO
07/07/2010	ROSETO QUINTEROS ROMEL RAMIRO
29/04/2011	HORMAZA YEPEZ MARTHA TERESA
05/10/2011	MOROCHO RECALDE MARIA JUANA
25/05/2011	REALPE VEGA MARIANA DE JESUS
01/12/2009	COLIMBA CUPUERAN ROSA DEL CARMEN
24/08/2010	CASTILLO CORTEZ EMER FERNANDO
07/06/2010	ROSETO MARIA TULIA
01/01/2012	GARCIA AIZAGA DORA CLEMENCIA
30/05/2011	CASTRO VALLEJO VICTOR IVAN
31/10/2008	POTOSI PASPUEL ZOILA LIGIA
07/05/2011	ESTRADA DUQUE PIEDAD TERESA
30/05/2011	YEPEZ YEPEZ ANITA YOLANDA
24/03/2011	POZO MARIA DE LOURDES
03/11/2010	TERAN PAZMIÑO VIVIANA JAQUELINE
14/02/2012	ANRANGO SOLANO JUANA PATRICIA
21/07/2011	RIVERA CERVANTES MARCO VINICIO
25/08/2011	ARROYO DUQUE LAURA PATRICIA
11/09/2009	GUERRERO PEÑAFIEL JORGE ANIBAL
14/02/2010	MENESES ARIAS GUSTAVO ALFREDO
17/05/2010	CHANDI YACELGA GLADYS MARLENE
15/04/2008	ALVEAR ZACARIAS BLANCA ISOLINA
06/01/2011	BENALCAZAR SUAREZ TERESA DE JESUS
07/11/2011	PERUGACHI SOLANO MARIA MERCEDES

06/02/2011	TORRES BONILLA IRMA LYLIANA
02/01/2012	CUAICAL ROSAS TRANSITO DEL PILAR
25/06/2010	TARAMBIS RIVERA LILIA NARCISA
06/03/2011	VINUEZA INSUASTI EDWIN MARCELO
01/04/2011	GALARZA GUERRERO MARIA TERESA
29/06/2011	TANICUCHI MIRA MARIA CLELIA
07/05/2010	CABEZAS NAVARRETE ANA ISABEL
06/06/2011	LUNA TUQUERRES MARIA GEORGINA
24/02/2012	VACA PADILLA SANDRA JAQUELINE
06/02/2009	FLORES MALTE SANDRA PATRICIA
23/02/2011	OÑA GALEANO EDISON JAVIER
19/04/2011	PINTO CARRILLO CARMEN MARIA
10/06/2010	ESPINOZA BERNARDO TANIA SULAY
06/07/2011	VALDIVIESO PUEDMAG LUIS ALFONSO
03/04/2008	ESPINOZA PADILLA CARMEN ESPERANZA
19/03/2009	PEREZ SANDOVAL MARIA DOLORES
07/12/2010	SARAVINO RAMOS BLANCA LUZMILA
07/02/2010	PUERRES GUERRERO TERESA DE JESUS
08/07/2011	MORENO QUIMBIA MARIA ALEJANDRINA
06/08/2011	CRUZ PONCE JOVA FABIOLA
06/07/2011	ERAZO GLADIZ ELENA
31/05/2011	VILLARRUEL GUZMAN GERMAN MIGUEL
01/01/2011	MAYORGA MORNÓ LIGIA JUDITH
06/11/2009	JUSTICIA ARIAS EDISON XAVIER
13/09/2010	BRAVO URCUANGO VERONICA ALEXANDRA
06/08/2011	CHAMORRO CARLOSAMA ELSA AURORA
16/01/2012	MOLINA ROSERO CARMEN MARLENE
06/02/2011	GONZALEZ ARROYO MARIA PIEDAD
17/08/2009	GUERRERO PERMIENELA SEGUNDO BOLIVAR
11/09/2009	LOPEZ TOBAR LILIAN MERCEDES
30/03/2010	URCUANGO ESCOLA LIDIA MERCEDES
24/02/2012	ROMAN PUETATE GABRIELA ALEXANDRA
30/08/2010	AGUAS CHESA LUIS ANIBAL
13/06/2011	ARELLANO MOLINA BLANCA ELENA
05/05/2011	POZO ERAZO YOLANDA MARGARITA
14/06/2011	CAMPUES ANGAMARCA ROSA ETELVINA
07/05/2011	CARRERA GUADALUPE
23/06/2011	ORMAZA VARELA VILMA MARIA
15/06/2011	TOBAR CEVALLOS MARCIA JANETH
15/06/2011	ROSETO MARIA TERESITA
14/06/2011	BRAVO BERMEJO ROSA MATILDE
14/08/2008	LOPEZ YEPEZ LILIAN MARIETTA
21/07/2010	CHAUCA CORAL ELIZABETH ELINA
16/06/2011	ARMIJOS HEREDIA ANA GABRIELA
17/06/2011	FRIAS VILLARREAL ANA MARIA
22/02/2012	ENRIQUEZ ENRIQUEZ HUGO ALEXANDER

20/06/2011	PACHECO CAMPOVERDE MAYRA DEL ROSARIO
28/06/2011	CARCELEN CARCELEN MARIA HERMINIA GUADALUPE
24/12/2010	FARINANGO CEVALLOS MARIA ANGELICA
30/08/2011	PASPUEL CORDOVA GALO GIRALDO
14/06/2011	LARA BERTHA OLGA
26/03/2007	BENAVIDES MORILLO ROCIO CONZUELO
01/01/2011	MUÑOZ FLORES ROSA AURELIA
22/09/2009	MONTALVO NENGER CARMITA DEL ROSARIO
27/06/2011	MORA PAILLACHO SARA LEONOR
09/01/2011	TORRES OBANDO JESSICA ELENA
29/06/2011	MARCILLO LUCUMI YAJAIRA ESTEFANIA
24/06/2009	GUAMAN GUTIERREZ MIRIAM NARCIZA
07/01/2011	GOMEZ IPIALES VALERIA DEL PILAR
23/05/2011	MEDINA TORRES SARA ELIZABETH
06/01/2010	ZULETA CISNEROS MAYRA AZUCENA
12/07/2011	PUERRES TATAMUEZ INES AMPARO
24/02/2012	QUIROZ FUEL SILVANA AZUCENA
31/03/2009	NARVAEZ NARVAEZ JENY PAULINA
19/01/2012	MONCAYO FLORES TATIANA JADIRA
22/09/2011	VACA VACA EVA MARINA
11/08/2011	IBARRA CASTRO LIGIA ESPERANZA
11/08/2011	CARLOSAMA PRADO ZOILA BEATRIZ
21/06/2011	IRUA JATIVA DAGOBERTO
29/06/2011	FARINANGO CHIMBO ROSA ISABEL
24/09/2010	BURBANO ARROYO JESUS NELSON
27/01/2012	QUIROZ DIAZ DOLORES ALEXANDRA
15/02/2011	MONTENEGRO PEÑA BLANCA YOLANDA
17/10/2011	RUEDA SALAZAR WILMA ROCIO
01/01/2012	FARINANGO RUALES LUIS ENRIQUE
01/01/2011	GUERRERO LOMAS GINA ALEXANDRA
02/08/2011	JOSA PEJENDINO LUIS AURELIO
14/11/2011	LOPEZ SOLARTE GABRIELA LISSETH
11/11/2011	REINA GUAMAN MARIANITA DE JESUS
12/07/2011	AYALA CHAGUEZA AURA MARISELA
01/01/2012	MANSO AGUIRRE SANDRA CECILIA
24/10/2011	SHAMBE CONGACHA MARIA YOLANDA
09/01/2011	COLEGIO NACIONAL IBARRA
11/08/2011	QUIROZ VELEZ LIDA ALICIA
27/06/2011	TRUJILLO ARANGO LUZ ALBA
02/02/2012	HERNANDEZ PAZMIÑO ANDREA MARIBEL
02/01/2007	MORENO ANDRADE SILVIA DEL ROCIO
25/08/2011	ACERO PALADINES DOLORES MARIA
19/10/2011	JOSA PEJENDINO OLGA INES
01/01/2011	LOPEZ CAZAR AMPARO DEL CARMEN
23/06/2011	TEANGA ZOILA ROSA
16/01/2012	SILVA COLCHA FAUSTO ROLANDO



16/10/2009	CANACUAN QUINTERO EULALIA
01/01/2011	COLIMBA CHIMBO ANA LUCIA
03/03/2008	BARAHONA PONCE MARIA SUSANA
17/10/2011	AGUIRRE ALVEAR BERTHA SUSANA
01/01/2011	PAUTA AGUILAR ZOILA HORTENCIA
11/08/2011	MORENO MENDEZ ZULY MARIA DEL CARMEN
17/01/2012	DELGADO MOLINA ROSA OLIVA
12/12/2011	TORRES ALVAREZ JESSICA PAOLA
16/11/2010	NARVAEZ ROJAS MARIA DEL CARMEN
28/11/2011	RIVERA RIVERA MONICA PATRICIA
03/04/2011	MONTENEGRO HERNANDEZ JOSE AUJRELIO

**Fuente:** Municipio del cantón Ibarra